

**LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA COMO MOTOR DE DESARROLLO
EMPRESARIAL DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**

CARLOS DANIEL DEL VALLE PARRA

**CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA**

2018

**LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA COMO MOTOR DE DESARROLLO
EMPRESARIAL DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**

CARLOS DANIEL DEL VALLE PARRA

Presentación de propuesta de proyecto de investigación como opción de grado

Tutor:

MG. Alberto Barrios B.

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA**

2018

Contenido

<i>Resumen</i>	8
<i>Abstract</i>	9
<i>Introducción</i>	10
<i>1. Capítulo i: el problema de investigacion</i>	12
1.1.Planteamiento del problema.....	12
1.2.Formulación del problema	13
1.3.Justificación	13
1.4.Objetivos	15
1.4.1.Objetivo general	15
1.4.2.Objetivo específicos	15
1.5.Marco de referencia	16
1.5.1.Estado del arte	16
1.5.2.Marco teórico	22
1.5.2.1.La orientación emprendedora y sus dimensiones	22
1.5.2.2.Conceptualización del sector turístico	24
1.6.Operacionalización de variables.....	27
1.7.Marco geográfico	30
1.8.Marco conceptual	33
1.9.Marco legal.....	36
1.10.Metodología	40
1.10.1.Tipo de investigación.....	40
1.10.2.Población	40
1.10.3.Muestra	40
1.10.4.Técnicas e instrumentos de recolección de información	41
1.10.5.Análisis y tratamiento de la información.....	42
1.10.6.Línea de investigación de la propuesta.....	42

2.Capitulo II Caracterización socioeconómica y demográfica de los emprendedores	43
2.1.Perfil de los empresarios emprendedores	43
3.Capitulo iii caracterización y desempeño de las empresas	49
3.1.Desempeño de las empresas.....	51
4.capitulo iv: orientación emprendedora de los empresarios y su relacion con el desempeño de las empresas.....	61
5.Discusión.....	73
6.Conclusiones.....	75
7.Recomendaciones.....	76
8. Referencias.....	77
Anexos	83

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables.....	27
Tabla 2. Distribución porcentual por género	43
Tabla 3. Distribución porcentual por edad.....	44
Tabla 4. Distribución porcentual por nivel académico	45
Tabla 5. Distribución porcentual por nivel económico.....	46
Tabla 6. Distribución porcentual por estado civil	47
Tabla 7. Tiempo de constitución de las empresas.....	49
Tabla 8. Número de trabajadores en las empresas	50
Tabla 9. Crecimiento de la planta de personal	51
Tabla 10. Crecimiento de las ventas en los últimos cinco años	52
Tabla 11. Diversificación de productos/servicios en los últimos cinco años	53
Tabla 12. Expansión geográfica en los últimos cinco años	54
Tabla 13. Ampliación de instalaciones en los últimos cinco años.....	55
Tabla 14. Acceso a fuentes de financiamiento en los últimos cinco años	56
Tabla 15. Exportaciones en los últimos cinco años	57
Tabla 16. Implementación de sistemas de gestión de calidad en los últimos cinco años	58
Tabla 17. Incorporación de nuevas tecnologías a los procesos en los últimos cinco años	59
Tabla 18. Capacidades emprendedoras.....	61
Tabla 19. Puesta en marcha de productos/servicios nuevos en el mercado durante los últimos cinco años	63
Tabla 20. Innovación en productos/servicios.....	64
Tabla 21. Iniciativa en acciones innovadoras	65

Tabla 22. Actitud agresiva hacia competidores	66
Tabla 23.Capacidad de asumir riesgos frente a oportunidades rentables	67
Tabla 24. Actitud agresiva frente a incertidumbres	68
Tabla 25. Relación Desempeño empresarial-Actitud emprendedora	70

Lista de Figuras

Figura 1. Distribución porcentual por género	43
Figura 2. Distribución porcentual por edad	44
Figura 3. Distribución porcentual por nivel académico.....	45
Figura 4. Distribución porcentual por nivel económico	46
Figura 5. Distribución porcentual por estado civil.....	47
Figura 6. Tiempo de constitución de las empresas	49
Figura 7. Número de trabajadores en las empresas.....	50
Figura 8. Crecimiento de la planta de personal.....	51
Figura 9. Crecimiento de las ventas en los últimos cinco años	52
Figura 10. Diversificación de productos/servicios en los últimos cinco años	53
Figura 11. Expansión geográfica en los últimos cinco años	54
Figura 12. Ampliación de instalaciones en los últimos cinco años.....	55
Figura 13. Acceso a fuentes de financiamiento en los últimos cinco años.....	56
Figura 14. Exportaciones en los últimos cinco años.....	57
Figura 15. Implementación de sistemas de gestión de calidad en los últimos cinco años.....	58
Figura 16. Incorporación de nuevas tecnologías a los procesos en los últimos cinco años.....	59
Figura 17. Capacidades emprendedoras	61
Figura 18. Puesta en marcha de productos/servicios nuevos en el mercado durante los últimos cinco años.....	62
Figura 19. Innovación en productos/servicios	63
Figura 20. Iniciativa en acciones innovadoras	65
Figura 21. Actitud agresiva hacia competidores.....	66
Figura 22. Capacidad de asumir riesgos frente a oportunidades rentables	67
Figura 23. Actitud agresiva frente a incertidumbres.....	68

Resumen

El presente trabajo se enmarca dentro de una metodología descriptiva y correlacional, su principal objetivo era determinar la relación que existe entre la orientación emprendedora y el desarrollo empresarial del sector turismo en la ciudad de Barranquilla.

Para ello se selecciona una muestra 100 empresas a las cuales se les aplico una encuesta conformada por 24 preguntas que consistían en identificar las características de las empresas y su perfil emprendedor. A partir de ello se obtuvieron como resultados que en cuanto a las características de las empresas la población estudiada corresponde a un 60% de hombres y un 40% de mujeres, los cuales comprenden edades en un 43% entre 20 y 30 años y el nivel educativo que más sobresalió fue el de secundaria con un 33% de participación. Se evidencio que la mayoría (43%) de las empresas encuestadas pertenecientes al sector turismo tiene una antigüedad entre los 6 y los 10 años, y una planta de personal que no supera los 50 empleados.

En cuanto a la orientación emprendedora de los empresarios entrevistados del sector turismo, se logró evidenciar una actitud proactiva, dispuesta a asumir riesgos y a desarrollar productos y servicios innovadores. El 40% manifestó estar dispuesto a explorar nuevas oportunidades de negocio sin importar el nivel de incertidumbre, cerca del 27% prefiere innovar y proponer nuevas ideas en el mercado para ir un paso delante de sus competidores.

Palabras Clave: sector turismo, Barranquilla, orientación emprendedora, desarrollo empresarial.

Abstract

The present work is framed within a descriptive and correlational methodology, its main objective was to determine the relationship between the entrepreneurial orientation and business development of the tourism sector in the city of Barranquilla. For this purpose, a sample of 100 companies was selected and applied to a survey consisting of 24 questions that consisted in identifying the characteristics of the companies and their entrepreneurial profile.

From this were obtained as results that in terms of the characteristics of the companies the studied population corresponds to 60% of men and 40% of women, which comprise ages in 43% between 20 and 30 years and the educational level that stood out was the one of secondary with a 33% stake. It was evidenced that the majority (43%) of the surveyed companies belonging to the tourism sector is between 6 and 10 years of age, and a staffing plan that does not exceed 50 employees. As for the entrepreneurial orientation of the entrepreneurs interviewed in the tourism sector, a proactive attitude was demonstrated, willing to take risks and develop innovative products and services. 40% said they are willing to explore new business opportunities regardless of the level of uncertainty, about 27% prefer to innovate and propose new ideas in the market to go one step ahead of their competitors.

Keywords: tourism sector, Barranquilla, entrepreneurship orientation, business development.

Introducción

El sector turístico según Villa (2010), es uno de los sectores que más expansión ha tenido en los últimos años, ese gran auge que ha venido presentando se debe a la influencia que tiene sobre otros sectores de la economía nacional y la capacidad de facilitar las relaciones comerciales tanto a nivel interno como en el ámbito de los convenios internacionales. Por lo que el estado ha promovido e implementado políticas que ayudan a fortalecer el sector, lo que han conllevado al buen posicionamiento de Colombia a nivel mundial como destino turístico.

Entre las ciudades de Colombia que más se destacan por su potencial e infraestructura turística se encuentra Barranquilla que, siendo un distrito Especial, Industrial y Portuario, representa un polo de fomento para el creciente turismo. También sobresale la ciudad por su fenómeno turístico que ocurre una vez al año donde la ciudad es tomada por cuatro días por incontables turistas de diferentes partes del mundo que llegan para ver las festividades del carnaval. Barranquilla y el Atlántico, entonces, reafirman su importancia nacional ondeando el pendón triunfal de su fiesta insignia, cuyo valor cultural reconoció la UNESCO citado por Villa S, (2010) al proclamarla “obra maestra del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad”, misma que proyecta su identidad y tradiciones a través de la riqueza inacabable de sus expresiones folclóricas.

De acuerdo con Jacob & Aguílo, (2008), el desarrollo turístico de Barranquilla es importante como dinamizador de las relaciones económicas y comerciales de la ciudad, la innovación es uno de los procesos que debe ir ligado a ese desarrollo teniendo en cuenta que es una herramienta clave para la competitividad de las empresas, de forma que un sector económico competitivo será aquel que está formado por empresas que se adaptan a su entorno cambiante introduciendo novedades o mejoras en sus productos, procesos o en sus organizaciones. En las empresas del

sector turismo la innovación se encuadra dentro del sector, el cual debe innovar en actividades, en nuevos servicios o nuevas formas de producir o proveer los servicios, así como cambios significativos en productos ya existentes, en sus procesos de producción y distribución.

Capítulo I

1. El problema de investigación

1.1. Planteamiento del Problema

El turismo es uno de los sectores productivos que más auge ha venido evidenciando en los últimos años. Para Villa S, (2010), no solo se comprende como una actividad económica considerada en sí propia, sino que su importancia y proyecciones residen también en su poderosa influencia sobre los demás sectores económicos del país y además facilita las relaciones comerciales a nivel interno e internacional. El sector turístico provee potencialmente el comercio en su plenitud, permitiendo una dinámica afluencia entre las partes que intervienen en el mercado mismo de demanda y oferta. Además, el turismo representa para estos últimos años en el país, más del 4% del PIB en Colombia, es importante analizar determinantes que influyen en el desarrollo y crecimiento de empresas en dicho sector

En efecto, Jacob & Aguílo, (2008), manifiestan que la innovación en sectores de servicios como el sector turístico es compleja ya que no se tienen en cuenta las peculiaridades del servicio, además las empresas de este sector no tienen iniciativa para la innovación por el temor asumir riesgos lo que afecta su falta de proactividad. De acuerdo con González, González, y Muñoz (2009), la capacidad de innovación, la aversión al riesgo y la proactividad son características claves para garantizar el éxito empresarial.

Álvarez, y otros, (2008), resaltan que el turismo es un sector que debe estar sometido a un constante proceso de innovación, debido a que al ofrecer un servicio tienen que proporcionar emociones nuevas a los turistas, si no innovan las actividades se convierten en rutinarias y dejan de proporcionar emociones y los lugares dejan de ser visitados. En este

sector se debe innovar en los productos, el proceso, el mercado y lo organizacional, por lo que se debe hacer una reestructuración enfocada a una relación estrecha entre producción y consumo o co-terminalidad de la producción y consumo de servicios, intangibilidad y contenido intensivo en información de los productos y procesos en servicios, papel fundamental de los recursos humanos como factor básico de competitividad e importancia de los factores organizativos para la performance de las empresas del sector turístico.

Es este orden de ideas es fundamental analizar la función que desempeña la orientación emprendedora en el desarrollo y crecimiento empresarial de Barranquilla. Por tal razón esta investigación tiene por objetivo general determinar la relación que existe entre emprendimiento y el desarrollo empresarial en las empresas del sector turismo de Barranquilla.

1.2 Formulación del problema

En virtud de lo anterior, se plantea el siguiente interrogante de investigación:

¿Qué relación existe entre la orientación emprendedora y el desarrollo empresarial del sector turismo de Barranquilla?

1.3 Justificación

La orientación emprendedora a favor del desarrollo empresarial en Barranquilla, requiere de una actitud motivacional teórica como práctica, que, desde luego, surge en un enfoque temático, el cual lograría una intervención más próxima, como lo es el sector turismo en la ciudad.

En Barranquilla, se deben postular proyectos con nuevas visiones de emprendimiento, donde surja no sólo crecimiento personal, sino también regional, de tal manera, que las demandas estén gestionadas por estrategias innovadoras para su crecimiento.

Para ello, se requieren no sólo de estrategias gubernamentales que sufraguen a la orientación emprendedora como motor de desarrollo empresarial, sino también, proyectos que enriquezcan el campo intelectual, e investigativo para que así ejerzan nuevos propósitos que suplan las necesidades contemporáneas en pro del desarrollo empresarial.

De modo que, la presente investigación responde al enriquecimiento de distintos tópicos sociales. Es así, como en el ámbito académico establece una persuasión para la producción intelectual, ya que incentiva a continuar con futuros aportes ligados con la curiosidad y las necesidades que puedan surgir en la dialéctica del desarrollo empresarial con la orientación emprendedora.

A su vez, contribuye al compromiso investigativo de la Facultad de Ciencias Económicas y, por consiguiente, a la Corporación Universidad de la Costa, incorporando una bibliografía científica y contextualizada con la orientación emprendedora y el desarrollo empresarial de las empresas del sector turismo de Barranquilla fiable para la comunidad académica.

En el marco científico, a través de este se establece un estudio descriptivo, desarrollando una investigación que identifica la población, señala sus características y desempeños para así lograr determinar los aspectos actitudinales respecto a la orientación emprendedora, con lo que logra enriquecer los estudios descriptivos para promover su continuidad en investigaciones futuras.

De igual forma, el aspecto social de acuerdo con Aguilera, Bernal, & Quintero, (2006), se verá beneficiado, desde un ámbito práctico, mejorando la calidad de vida de la comunidad Barranquillera, y extendiendo la visión de innovación, producción, calidad y emprendimiento a favor del desarrollo empresarial de las empresas del sector turismo de Barranquilla. Lo anterior se demuestra en los estudios sobre el Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano.

En el contexto nacional el Caribe colombiano es líder en turismo al contar con Cartagena, San Andrés y Santa Marta, considerados los principales destinos turísticos tanto para el mercado nacional como para el internacional. El desarrollo del turismo de la región se encuentra favorecido por su localización geográfica, su capacidad hotelera y su oferta de servicios, sus 1.600 kilómetros de costa con zonas de gran interés turístico y medio ambiental, su riqueza natural que la hacen acreedora de tres declaratorias de Reserva de Biosfera por parte de la Unesco, la identidad de sus gentes y la existencia de atractivos culturales de gran valor histórico y monumental, algunos de los cuales han sido declarados por la Unesco Patrimonio de la Humanidad.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la orientación emprendedora y el desarrollo empresarial del sector turismo en la ciudad de Barranquilla.

1.4.2 Objetivo Específicos

- Identificar el perfil demográfico y socioeconómico de los emprendedores del sector turismo en la ciudad de Barranquilla.

- Conocer las características y el desempeño de las empresas.
- Establecer los aspectos actitudinales asociados a la orientación emprendedora en la población objeto de estudio.
- Relacionar la orientación emprendedora (*capacidad de innovación, aversión al riesgo y proactividad*) de los empresarios con el desarrollo empresarial en el sector turismo de Barranquilla.

1.5 Marco de referencia

1.5.1 Estado del Arte

La construcción del estado del arte, permite una aproximación a los aspectos fundamentales de la investigación, ya que proporciona antecedentes bibliográficos importantes en lo que respecta a la temática, facilitando la comprensión de la dinámica del emprendimiento y su incidencia en el desarrollo empresarial en empresas del sector turismo de Barranquilla.

Según la investigación realizada por la (World Travel & Tourism Council) citado por (Marroquín & Triana, 2011), Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina, para el periodo 2009-2018, se espera un crecimiento real anual de 4% en la demanda por viajes y turismo en Colombia, pasando de US\$ 10.753 millones a US\$ 15.753 millones en el 2018. Actualmente en Colombia, el sector contribuye con el 1.9% del total del PIB (US\$ 3.524 millones), aporta el 7.5% del total de la inversión

en capital con US\$ 3.431 millones, y genera 386.000 empleos directos; el equivalente al 1.8% del total de empleos en el país. (Morroquin & Triana, 2011)

Al mismo tiempo, las empresas del sector turístico a nivel mundial haciendo relación al caso de España, se enfatiza en la sostenibilidad y las nuevas tecnologías, el estudio reciente demuestra que “la adaptación a la nueva economía digital es clave para que España conserve e incluso incremente su competitividad turística. De modo que tanto el sector público (gestores de destinos) como el privado (empresas de todo tipo) tienen que estar preparados para cubrir los requerimientos y necesidades del nuevo turista o viajero digital (muy informado, multicanal y muy exigente) si quieren seguir siendo referentes a nivel internacional. La democratización de la tecnología ha sido la causa de que el sector haya pasado de estar controlado por la oferta (empresas) a estar dominado por la demanda (sociedad civil)” (Ministro de Industria, Energía, 2015)

Así mismo, En la investigación titulada “Factores que influyen en el éxito empresarial: recursos humanos, estrategia, diseño organizativo y entorno” de la Universidad Autónoma de Barcelona, se analiza la importancia de los recursos humanos en las empresas, con el fin de “comprobar cómo está relacionado el diseño organizativo, la estrategia, el entorno y el éxito empresarial con los recursos humanos” (Miralles, 2013). Uno de los principales hallazgos de este trabajo determina que el departamento de recursos humanos es elemental para garantizar el buen funcionamiento de la organización y la consecución de los mejores resultados, no obstante, la investigación determina que sólo el personal calificado, capacitado y con prácticas de alto rendimiento, puede influir en el éxito empresarial.

De igual manera, Bilbao y Pachano (2002), en el marco del Proyecto Andino de Competitividad en Venezuela, en su informe titulado “Rasgos y actitudes de los emprendedores”, analizan las actitudes y características que muestran los emprendedores exitosos en Venezuela y el desempeño que han tenido sus empresas en los últimos años. Se tuvieron en cuenta las variables de análisis: Crecimiento, recursos humanos, innovación, mejoramiento continuo, proyección, capacidades y rasgos; para determinar el éxito de las empresas. Respecto a la relación entre rasgos y actitudes de los emprendedores y el desempeño de las empresas, esta investigación revela que existe una relación entre las competencias detectadas en los emprendedores y los logros alcanzados a nivel empresarial. Además, resalta la importancia de “saber combinar el mejoramiento del día a día, con la visión de adelantarse al futuro mediante la innovación, el adiestramiento, el monitoreo del entorno, las necesidades de los clientes, para garantizar la permanencia de la empresa en el tiempo.

Al mismo tiempo, la industria turística empresarial en América Latina es considerado uno de los sectores más importante socio-económicos a nivel mundial, el sector turístico se presenta como una opción de gastos de bienes y servicios para los viajeros de todo el mundo, los estudios consideran a la Organización Mundial del Comercio como el ente regidor de las políticas sobre turismo, viajes y servicios. Ventura & Dias (2011), manifiesta que durante el año 2008 América Latina y el Caribe:

Recibieron cerca de 72.768 viajeros internacionales, que gastaron el equivalente a 62,480 millones de dólares, es decir gastos individuales de 858,6 dólares (datos de UNWTO). Entre 2009 y 2008, a razón de la crisis financiera, hubo una reducción de cerca de 5 por ciento en el turismo receptor de la región, que afectó principalmente los países que dependen de los viajeros de los Estados Unidos. En América Latina, como sucede en el turismo internacional en general, la mayor parte de las llegadas de turistas

internacionales proviene de mercados emisores de la misma región, incluyendo los mercados emisores de Estados Unidos y Canadá. (Ventura-Dias, 2011, pág. 18).

En este orden de ideas, la investigación acerca del “Rol del espíritu empresarial y la orientación al mercado en empresas exitosas”, adelantada por González, González, y Muñoz (2009) en Salamanca, España; aporta lineamientos determinantes en cuanto a las variables y dimensiones a tener en cuenta para facilitar la comprensión del estudio, haciendo referencia a la capacidad de innovación, la aversión al riesgo y la pro actividad. Según los autores, estas tres dimensiones son relevantes para el éxito empresarial ya que:

(...) La innovación, implica un interés en nuevas ideas, experiencias y procesos creativos que pueden dar lugar a nuevos productos/servicios o desarrollos tecnológicos. La toma de riesgos se refiere a una disposición para apoyar proyectos con una probabilidad calculada de fallo. Proactividad mediante comportamientos pioneros llevados a cabo para hacer frente a contingencias futuras y superar las acciones de los competidores.

El factor común que se puede apreciar es el empoderamiento de las empresas sobre el mercado, es decir tomar la iniciativa y adelantarse a los competidores, asumiendo riesgos y proponiendo innovaciones que generen valor agregado.

Por otro lado, a nivel nacional se hace referencia al informe realizado por Gómez y Mitchell (2014), titulado “Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política”, 2014-2018. En esta investigación se abordan seis pilares centrales para facilitar el estudio de la dinámica del emprendimiento:

Una institucionalidad publica coordinada y articulada entre sí, con los demás actores del sistema, ii) el financiamiento, iii) el talento humano, incluido el gerencial, crítico para liderar los proyectos de emprendimiento dinámico, innovación y los procesos de generación de conocimiento, iv) el desarrollo o transferencia de avances científicos y tecnológicos a través de la investigación

teórica o aplicada, v) la propagación de una cultura de innovación y emprendimiento, y vi) un entorno competitivo que facilite la generación de emprendimiento y la consolidación de empresas.

Además, de brindar un diagnóstico sobre la situación actual del emprendimiento a nivel nacional y su influencia en el crecimiento económico, muestra un análisis de la intervención pública respecto a la temática, evidenciando aciertos, desaciertos y proyecciones de interés nacional que permiten esclarecer el panorama frente al “rol del gobierno y las autoridades locales para abordar y promover un entorno de generación de conocimiento, emprendimiento dinámico e innovación empresarial a través de políticas y gestión pública.

A nivel local, se cita el artículo publicado por la Universidad del Norte en la ciudad de Barranquilla, “Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial”, cuyo objetivo gira entorno a responder ¿cómo entender el emprendimiento?

Según Rodríguez (2009),

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas.

El autor propone diferentes perspectivas de estudio del emprendimiento de los empresarios como son: sus características personales, y sus implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales. Este análisis permite una comprensión del emprendimiento empresarial teniendo en cuenta factores internos y externos que influyen en la organización.

Además, la investigación también aporta fundamentos teóricos y conceptuales claves respecto a las áreas de conocimiento del emprendimiento.

En consecuencia, para el caso Colombiano es importante resaltar la perspectiva del sector turístico en el Caribe colombiano, los estudios del Banco de la República hacen énfasis en las propuestas para el fortalecimiento y desarrollo de sector turístico del Caribe colombiano, entre las que se encuentran la Cooperación y fortalecimiento institucional para la gestión del turismo en la región Caribe Colombiano, la Creación de un Centro de innovación y desarrollo turístico y el sistema de información turística. Las investigadoras encontraron que las principales funciones de las instancias encargadas de gestionar el turismo serán retomar y ejecutar las propuestas de los planes maestros de turismo.

Los planes dentro de sus estrategias contemplan la creación de una entidad regional gestora del plan como marco para su gestión, e integrar el conjunto de agentes, públicos y privados, involucrados en el desarrollo turístico del Caribe colombiano. La figura de una Gerencia Regional de Turismo deberá desarrollar los siguientes objetivos: planificar la implementación de las actuaciones definidas en los planes para lograr un desarrollo turístico sostenible; orientar e impulsar la actuación de instituciones y empresarios para el desarrollo del destino turístico; fomentar la coordinación y cooperación con los agentes, públicos y privados; diseñar e implementar un programa de promoción y captación de financiación en el marco de los programas de actuación del Plan. (Aguilera, Bernal, & Quintero, 2006).

Como resultado de investigaciones sobre la industria, el comercio y el turismo en Barranquilla, se evidencia que esta ciudad históricamente, y por su ubicación es una zona estratégica para flujos migratorios, actividad industrial, comercial y turística. Esto ofrece

una posibilidad de desarrollo potencial tanto social como económico del sector turístico en la ciudad. Según Rodríguez (2016), Barranquilla ha tenido un enfoque distinto, dejando de aprovechar el concepto de ciudad puerto como mecanismo de impulso económico, social y cultural. Los puertos han participado de forma decisiva en la constitución y desarrollo de las ciudades, a las que han conferido su carácter marítimo y/o fluvial. Pero también es cierto que los puertos se han consolidado como entidades exteriores a la propia ciudad y tradicionalmente no se ha creído conveniente articular las relaciones entre ambas. La especialización del transporte y la logística son esenciales para el crecimiento económico de una ciudad y un país, por lo tanto, deben ser tenidos en cuenta a la hora de considerar las necesidades de operación y de promover el diálogo entre la ciudad y el puerto. (Rodríguez, 2016).

1.5.2 Marco Teórico

1.5.2.1 La Orientación Emprendedora y sus dimensiones

El emprendimiento surge de la idea del emprendedor, la cual percibe una oportunidad en el mercado para sacar un producto o servicio innovador que cause impacto, ya sea por su presentación, precio o su misma propuesta, esto enlazado con la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos para encontrar nuevas formas de emprender un negocio con o sin capital financiero.

En este contexto surge la Orientación Emprendedora (OE), un constructo estratégico cuya base conceptual incluye una serie de recursos relacionados a la empresa y a las decisiones de sus directivos. La OE se observa cuando una organización hace innovaciones, es proactiva y toma riesgos (Covín & Wales, 2012).

Por su parte, Peter Drucker (1985) en su libro “La innovación y el empresario innovador”, expresa que:

El empresario innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresario innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad (p.25).

En otras palabras, se puede interpretar que el empresario innovador es aquel que marca la diferencia, porque ve lo que otros no ven, hace lo que los otros no hacen y especialmente encuentra en cierto producto o servicio lo que otras personas no encuentran.

Para el Psicólogo Albert Bandura (1977):

Que las personas tienden a evitar situaciones de riesgo que consideran superiores a sus habilidades para afrontarlas, mientras que se involucran con mayor seguridad en actividades cuando se creen capaces de realizarlas. En este sistema conceptual, las expectativas de eficacia determinan la cantidad de esfuerzo que la gente gastará y cuánto tiempo va a persistir enfrentando los obstáculos y las experiencias adversas. (p.191)

Lo mencionado por el autor, tiene relación a los pocos riesgos que las personas hoy en día asume al tener una idea de emprendimiento, es aquí donde, el factor negativo y el temor a quedar sin presupuesto o llegar fracasar, los lleva a no optar por su idea de negocio, y por ende a la desilusión de no poder emprender una propuesta innovadora.

De acuerdo a Bateman y Crant (citado por López, 2010), la proactividad implica tener la capacidad de cambiar las cosas, lanzar nuevas iniciativas, generar cambios constructivos, ser promotor de nuevas circunstancias. Para Weick, (citado por Larson et al. 1986) “las

personas proactivas son aquellas que toman el control, tienen iniciativa, son decisivos, firmes y consistente”. En la teoría de Glueck y Jauch, (citado en Larson et al. 1986) “las personas con proactividad establecen estrategias antes de verse forzados a reaccionar ante las Amenazas del entorno” (p. 305).

Esto quiere decir, que la proactividad no es solamente la toma de decisiones, si no la de asumir riesgos y responsabilidad para hacer que las cosas sucedan, “en otras palabras la persona proactiva crea su propio diseño, entorno y destino” (Lopez, 2010, pág. 305).

1.5.2.2 Conceptualización del sector turístico

Las empresas del sector turístico se definen como organizaciones independientes que producen bienes y servicios para el mercado, en esa medida, el empresario ordena los medios de producción, capital y trabajo. Por lo tanto, las empresas turísticas deben acudir a la demanda, utilizando las técnicas e instrumentos que ofrece la publicidad. En consecuencia, las empresas turísticas permiten emprender procesos administrativos y la gestión relacionada con: gerencia administrativa, turismo y hotelería, economía, contabilidad, finanzas, proyectos y mercadotecnia, aportando a la investigación un enfoque gerencial necesario para la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros de organizaciones del sector turístico y hotelero. Según (Corchero, 1999)

La actividad turística (aspecto funcional y dinámico de la empresa) se conceptúa, con carácter general, como toda actividad tendente a procurar el descubrimiento, conservación, promoción, conocimiento y disfrute de los recursos turísticos y aquellas que sean calificadas como tales por la Administración Turística. Y el objeto de la actividad de la empresa se concreta en la prestación, mediante precio, de servicios de alojamiento, restauración, mediación entre los usuarios y los 80 ofertantes de servicios turísticos o cualesquiera otras

directamente relacionadas con el turismo que sean calificadas como tales. (Corchero, 1999, pág. 80)

Los cambios de la vida contemporánea han creado escenarios perfectos para la promoción de turismo mundial lo que hace imprescindible considerar el capital humano como uno de los factores clave para el desarrollo de estrategias competitivas. Así es importante considerar los cambios que se han venido produciendo en las actividades económicas turísticas y qué nuevos elementos confieren al sector la posibilidad de diferenciarse y competir en este nuevo contexto.

De acuerdo, con Belén, Lillo, Sevilla & Rodríguez, (2007). Expresa que la ventaja competitiva hace referencia a la capacidad de un país para añadir valor a sus recursos y, por tanto, para integrar de forma efectiva y eficiente los factores productivos, sociales e institucionales de los que dispone, manteniendo de esta forma su presencia en los mercados. En este sentido, el concepto de competitividad aparece ligado al de productividad y depende de un amplio conjunto de factores tanto en los niveles microeconómicos como macroeconómicos. (Belen, Lillo, Sevilla, & Rodriguez, 2007),

Las investigaciones recientes sobre la metodología en investigación de empresas turísticas indican que, el turismo ha sido un objeto de estudio valioso y de gran importancia para la literatura científica. Por lo tanto, han ido creciendo algunas publicaciones sobre el fenómeno turístico, en relación con las redes sociales como instrumento analítico del mercado y la economía. Según (Rodríguez R. M., (2015), los enfoques el análisis de las relaciones se sustenta en las propiedades de contenido de las relaciones que se concretan en la existencia de interrelaciones entre los diferentes componentes de la actividad turística

(generalmente identificados estos como actores turísticos) expresadas en términos de los factores que condicionan o posibilitan las relaciones, su tipología (formal/informal), su forma (colaboración/cooperación) su concreción más o menos institucionalizada, etc. Y en el segundo de los enfoques, se trata de abordar las propiedades reticulares de las redes que se derivan de la aplicación de técnicas matemáticas complejas que aportan la configuración estructural de las relaciones”.

Así mismo, el crecimiento de la industria turista demanda factores como el capital cultural en la económica moderna y la progresiva culturalización de la población, por lo tanto, el sector turístico de la cultura resulta ser novedoso e innovador, se considera para dinamizar el desarrollo local por medio de la interconexión de empresas culturales en un territorio así la producción y desarrollo turístico crece. El turismo engloba numerosas y muy diversas actividades económicas, interrelacionadas con actividades de otros sectores. Generalmente, la oferta de un producto turístico comprende diversos servicios privados, infraestructuras públicas, así como recursos naturales. De modo que la actividad turística se estructura como una red multidimensional de conexiones horizontales, verticales y diagonales entre empresas. Las relaciones establecidas entre las empresas de la aglomeración implican que sus actuaciones están condicionadas por las del resto de empresas (Angela, Dioni Elche , & Pedro Garcia , 2012).

1.6 Operacionalización de Variables

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de variables

MACROVARIABLE	VARIABLE	DEFINICIÓN	NATURALEZA	NIVEL DE MEDICIÓN	CRITERIO DE CLASIFICACION
Características y Desempeño de las Empresas	Antigüedad de la empresa	Tiempo transcurrido desde la constitución de la empresa.	Cuantitativa	Ordinal	entre 1y5 Entre 6 y 10 Entre 11 y 15 Entre 16 y 20 Más de 20 años
	Sexo	Característica Fenotípica que diferencia al hombre de la mujer.	Cualitativa	Nominal	Masculino () Femenino ()
	nivel de formación académica	Es la trayectoria formativa una persona. Refleja una línea temporal a lo largo de la que la persona ha podido cursar unos estudios determinados.	Cualitativa	Ordinal	Primaria Secundaria Técnico o tecnólogo. Profesional Especialización Maestría Doctorado
	estratos socioeconómicos	Clases o grupos en que se divide la población de acuerdo con el distinto poder adquisitivo y nivel social.	Cuantitativa	Ordinal	1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 ()

estado civil	Condición particular que caracteriza a una persona en lo que hace a sus vínculos personales con individuos de otro sexo o de su mismo sexo.	Cualitativa	Nominal	<input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/> Viudo
Tamaño de la empresa	De acuerdo con la legislación colombiana, el tamaño de una empresa se determina por el número de empleados, así: Microempresa: ≤ 10 trabajadores; pequeña empresa: entre 11 y 50 trabajadores; mediana empresa: entre 51 y doscientos 200 trabajadores; Empresa grande: ≥ 200 trabajadores.	Cuantitativa	Nominal	<input type="checkbox"/> Menos de 10 trabajadores <input type="checkbox"/> Entre 11 y 50 trabajadores <input type="checkbox"/> Entre 51 y 200 trabajadores <input type="checkbox"/> Superior a 200 trabajadores
Crecimiento empresarial (últimos cinco años)	Se refiere a las modificaciones e incrementos en el tamaño de la empresa, que originan que ésta sea diferente de su estado anterior. Es decir, aumentos en cantidades y dimensión, así como cambios en sus características internas (estructura económica y organizativa).	Cuantitativa y cualitativa	Ordinal	-Aumento en el tamaño de la empresa. -Aumento en las ventas. -Diversificación de productos/servicios. -Expansión geográfica. -Ampliación de instalaciones físicas. -Acceso a fuentes de financiamiento. -Implementación de sistemas de gestión de calidad. Exportaciones

-Incorporación de nuevas tecnologías.

Orientación emprendedora

Pro actividad	Actitud en la que la organización asume el pleno control de su conducta de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras e ir un paso delante de la competencia.	Cualitativa	Ordinal	<p>__Cuando la incertidumbre es alta, se adopta una valiente y agresiva actitud de explotar posibles oportunidades</p> <p>__Se suele adoptar una actitud agresiva hacia nuestros competidores</p> <p>__Por lo general, se toma la iniciativa de desarrollar acciones innovadoras, antes que los competidores.</p>
Asunción de riesgos	Cuando la empresa asume de manera voluntaria riesgos inherentes a una acción particular, con el fin de obtener mayores beneficios.	Cualitativa	Ordinal	Propensos a llevar a cabo proyectos de riesgo cuando implican oportunidades rentables.
Innovación	La innovación se define como la creación y modificación de un producto y su introducción en el mercado. La transformación de una idea en un producto vendible, nuevo o mejorado.	Cualitativa	Ordinal	<p>-Lanzamiento de productos o servicios nuevos en el mercado.</p> <p>-Cambios significativos en los productos o servicios.</p>

1.7 Marco Geográfico

En el siguiente apartado se contextualizará sobre la ciudad de Barranquilla Atlántico, teniendo en cuenta la perspectiva turística presentada en el trabajo de investigación, el marco contextual abordará la descripción del lugar en relación con el planteamiento del problema, la información presentada en el texto se obtuvo a partir de una investigación previa en sitios y archivos institucionales. Al mismo tiempo, se pretende mostrar la realidad tanto geográfica, económica, comercial, poblacional etc.

Barranquilla, Atlántico

La ciudad de Barranquilla ubicada en el caribe colombiano, se localiza bajo el delta de Río Magdalena, es una de las ciudades más grandes de la región con 1.206.946 Habitantes, (Turismo, s.f.), además, es cercana a otras grandes ciudades del caribe como Cartagena de Indias (Bolívar) y Santa Martha (Magdalena), la cuales permite que visitantes nacionales y extranjeros puede apreciar los sitios turísticos y culturales. Es importante resaltar que:

El Centro Histórico de Barranquilla fue declarado Bien de Interés Cultural de la Nación BICN, BICN, a través de la resolución 1614 de 1999, en el marco de la ley 397 de 1997, se adoptó el Plan Especial de Manejo y Protección PEMP; por medio de la resolución 0746 de 2005 y en el marco de la Ley 388 de 1997, la Administración Distrital adoptó el Plan Parcial, por medio del decreto 0117 de 2005. Con estas dos herramientas jurídicas, el CHB entro inicio su proceso de transformación urbana, con la preservación del contenido patrimonial lo que le abrió paso a su franco proceso de recuperación y revitalización (Secretaría de Cultura) .

Barranquilla es conocida como ciudad industrial y comercial, contando con diversas concepciones multiculturales. Durante mediados del siglo XIX se posesionó como puerto marítimo, el cual se utilizaba para la descarga diversas mercancías, con el fin de

distribuir las en toda la república, posteriormente para inicio del siglo XX se convirtió en el puerto fluvial más importante de Colombia. Con la creciente industrialización entre 1930 a 1980, Barranquilla por medio de sus puertos permitió al país la entrada de adelantos tecnológicos tan importantes como la radio, el cine, el servicio telefónico, la aviación, el ferrocarril y la navegación fluvial, (Norte, s.f.), a partir de este momento es conocida dentro de la cultura popular del país, como la puerta de Oro de Colombia.

Al mismo tiempo, el clima tropical de la ciudad es propicio para fomentar el turismo de nacionales y extranjeros, la temperatura de la ciudad oscila entre los 30°C y 32°C. En ese sentido, la influencia de grandes sectores económicos del país se centra en la inversión tanto económica como cultural de la ciudad, generando fenómenos en torno a las relaciones comerciales a nivel nacional como internacional.

Además, el estado colombiano ha implementado políticas para el fortalecimiento de la seguridad de visitante, lo que permite el posicionamiento de la ciudad como destino turístico. Así mismo, factores como el fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad turística, el mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros, el establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo, el establecimiento de una oferta turística competitiva, la formación del recurso humano y sensibilización turística, así como la consolidación de un sistema de información turística que permita formular política de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación (Villa S. V., 2010), permiten la consolidación de sector turístico en Barranquilla y en otras ciudades de Colombia.

Estudios recientes indican que entre de las ciudades de Colombia con mayor potencial e infraestructura turística se encuentra Barraquilla que, siendo un distrito Especial, Industrial y Portuario, representa un polo de fomento para el creciente turismo de tipo comercial y empresarial, es decir el que está variadamente asociado a la praxis de los negocios y a la verificación de encuentros y convenciones mercantiles. También sobresale la ciudad por la presencia de significativas y populosas colonias de extranjeros, que, visitados por sus parientes de ultramar, de hecho, convierten al Atlántico en el primer departamento receptor de “turismo étnico” del país (Villa S. V., 2010 , pág. 50).

Una de las ventajas de Barranquilla, se representa en el evento que configura tanto su identidad cultural como social, es el Carnaval. Este suceso atrae alrededor de 300 y 15.000 personas, generando un impacto positivo en la cadena de valor, que incluye hoteles, gastronomía, transporte, comercio y proveedores de ferias y eventos (Heraldo). La prensa regional también indica que la ciudad es propicia para diversos eventos de negocios y convenciones de orden internacional, durante estos eventos el sector hotelero se ocupa en un 50% su capacidad de recepción.

A diferencia de ciudades como Santa Martha y Cartagena, la conectividad aérea de Barraquilla del aeropuerto Ernesto Cortissoz opera 155 frecuencias semanales desde y hacia Bogotá; 26 a Medellín; 14 a Miami, 2 a Curazao y 2 vuelos diarios a Panamá (Heraldo). En conclusión, la máxima expresión de su esencia colectiva fue declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO. Con esa denominación, Barranquilla se hizo el firme propósito de multiplicar sus esfuerzos para que su fiesta siguiera siendo una celebración viva, vital, y no una figura emblemática, un ser establecido sin cambios ni modificaciones. Cada febrero, época en la que se celebra el Carnaval, la

ciudad se pone su mejor traje para rendirle tributo a la existencia, para convocar el respeto por la inclusión y hacerle venias a la diversidad. (Espectador, 2013)

1.8 Marco Conceptual

El presente proyecto de investigación presenta una serie de tópicos que se enlazan con los intereses y objetivos del trabajo; es por esto que se hace referencia sobre la conceptualización coherente y alineada que sustente de forma clara la investigación.

Los conceptos que se abordarán serán: Emprendimiento, emprendedora innovación, innova, Plan de Negocios, riesgo, pro actividad, empresa, empresario, desarrollo empresarial.

Emprendimiento: una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Ley 1014, 2006)

Según, Rodríguez (2009) define la evolución de la palabra “emprendimiento” y manifiesta que se deriva del termino francés entrepreneur, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. (p. 3)

Emprendedor: es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Ley 1014, 2006)

Innovación: es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. (Garcia, 2012)

Innovar: proviene del latín innovare que significa, acto o efecto de innovar, tomarse nuevo o renovar, introducir el mercado una novedad... innovar también significa, alterar, cambiar, mudar modificar transportar, transmutar, variar, corregir, ratificar y muchas acciones que utilizamos para establecer cambios físicos de algo.

Planes de negocios: es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. (Ley 1014, 2006)

Riesgo: el riesgo significa una exposición a la incertidumbre que el emprendedor debe entender y saber gestionar para alcanzar sus objetivos, como también es asociado de manera inexorable con cualquier actividad que lleve el emprendedor y suponga la decisión entre varias alternativas. (Consejería de Economía y Hacienda, s.f)

Pro actividad: es la actitud en la que la persona asume el pleno control de su conducta vital de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer la libertad de elección sobre las circunstancias de la vida. Implica asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan. (UCA, sf)

Empresa: es la unidad económica social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de

acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales. (Sanchez, sf)

Empresario: es la figura que adopta las decisiones generales en la empresa, que planifica los objetivos a conseguir y diseña los medios para alcanzarlo, aunque luego puede delegar las decisiones operativas. El empresario posee una visión de conjunto de la empresa. (Educativa.edu, sf)

Desarrollo empresarial: está orientándose hacia un cambio en la forma de entender los procesos de enseñanza aprendizaje. En ese sentido, el enfoque de competencia se hace cada vez más importante para comprender y estimular el desarrollo de capacidades empresariales, razón por la cual su estudio se convierte en una necesidad creciente. (Zevallos, 2012)

Turismo: La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como el conjunto de actividades que realizan la personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (Aguilera, Bernal, & Quintero, 2006, pág. 4)

Al mismo tiempo, **TURISMO** diciendo que es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, o que es el movimiento de humanos para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, idiomas, etc. (Secretaria de Estado de turismo, s.f.).

1.9 Marco Legal

Este proyecto investigativo tiene por objetivo la búsqueda de los procesos de emprendimiento y la incidencia que ha tenido en el desarrollo empresarial de las empresas del sector turismo de Barranquilla., como a su vez toda la normatividad en decretos, leyes, regulaciones y en general, reglamentaciones que la sustente y establezca el alcance de la participación de la cultura de emprendimiento, denominado normatividad legal o marco legal.

En relación con la constitución política (1991) se articulan una fundamentación normativa vigente para el emprendimiento, muestra de esto lo podemos observar en la explicación del **Artículo 38**: la cual “garantiza el derecho a una libre asociación para el desarrollo de diferentes actividades que las personas realicen en la sociedad”, cabe destacar, que el **Artículo 333**: establece la libertad económica y considera a la empresa como la base para el desarrollo. Estos artículos con relación a la educación y la cultura de emprendimiento.

Cabe destacar, que la Ley 1014 de (2006), trae consigo el fomento a la cultura del emprendimiento en Colombia, haciendo relación a una serie de conceptos en su **Artículo Primero**, lo cual nos ilustra con la Cultura como un conjunto de valores, creencias, ideología, hábitos, costumbres y normas que comparten los individuos en una organización, relacionado con la palabra emprendedor que se deriva de una persona con capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa e innovadora, a su vez, menciona el emprendimiento como una manera de pensar y actuar centrada en la oportunidad, el liderazgo, el equilibrio y la creación del valor que beneficia la empresa. Así mismo, toca 4

pilares importantes en la formación del emprendimiento que busca el desarrollo de la cultura a través de unas formaciones básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo, no formal y el sector productivo articulado con el plan de negocio que tiene como objetivo la descripción del método a emplearse para alcanzar el éxito.

Por otra parte, el artículo segundo hace relación al objeto de la presente que tiene como finalidad lo siguiente:

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de

emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

- f) inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;
- g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;
- h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clúster productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;
- i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;
- j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace una relación del objeto de la ley en materia de emprendimiento, la cual tiene como finalidad dentro de la política pública colombiana incentivar la creación de empresa a través de una libertad económica como base de desarrollo sostenible en las diferentes regiones del país.

Se debe agregar que la Ley 1014 de (2006) incorpora la Red Nacional para el Emprendimiento liderada por el Ministerio de Comercio, industria y turismo e integrada por el Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de la Protección Social, La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, Departamento Nacional de Planeación, Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología "Francisco José de Caldas", Colciencias, Programa Presidencial Colombia Joven, Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (ASCUN), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces entre otras.

Otro referente, importante es la Ley 1231 (2008), el cual unifica la factura como un título valor de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, regulado por el Código de Comercio en su Artículo 772 que expresa lo siguiente: “Factura es un título valor que el vendedor o prestador del servicio podrá librar y entregar o remitir al comprador o beneficiario del servicio” (Decreto 410, 1971).

1.10 Metodología

1.10.1 Tipo de investigación

De acuerdo a sus características, la investigación que se plantea es de tipo descriptiva y correlacional, porque identifica, describe y analiza las características, actitudes y percepciones de los emprendedores del sector turismo de la ciudad de Barranquilla, y a su vez lo relaciona con el desempeño de sus empresas durante sus últimos 5 años. De igual manera, el método de la investigación es el deductivo, ya que después de realizar la observación se llegará a una conclusión basada en el estudio. (Mendez, 2011)

De **corte transversal** porque la recopilación de datos se realizará en un periodo determinado.

1.10.2 Población

De acuerdo con la Cámara De Comercio de Barranquilla, el total de empresas del sector turismo de la ciudad a diciembre de 2016 fue de 4371, por lo tanto, la población objeto de estudio de la presente investigación es de 4371 sector turismo de la ciudad de Barranquilla.

1.10.3 Muestra

Para seleccionar a las empresas a participar en el estudio, se aplicó el método de muestreo aleatorio simple para muestras probabilísticas, por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

Dónde:

$N = \text{total de la población}$

$Z = 1,96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

$p = \text{proporción esperada (0,05)}$

$q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0,05 = 0,95$)

$d = \text{precisión (0,05)}$

$$n = \frac{4371 * (1,96)^2 * 0,05 * (0,95)}{(0,05)^2 * (4371 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{95,6025}{0,954032}$$

$$n = 100,2 \quad n \cong 100$$

La muestra estimada es de 100 empresas del sector turismo de la ciudad de Barranquilla, por lo tanto, en la presente investigación participarán 100 empresarios emprendedores.

1.10.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

De acuerdo, con las características de la presente investigación, las técnicas para la recolección de información que se llevará a cabo es el de la encuesta. De acuerdo con Trespalacios, Vázquez, & Bello, (2005), la encuesta es una técnica de investigación, que precisa identificar a priori las preguntas a realizar a las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, para así obtener una información específica y luego determinar el método para recolectar y tratamiento de los datos.

Para recolectar la información se empleará un cuestionario elaborado por el investigador compuesto por 24 preguntas orientadas a identificar y conocer la población objeto de estudio, para así, determinar los aspectos actitudinales iniciativas y la orientación emprendedora de la población objeto de estudio.

Para el diseño de la escala sobre el perfil del emprendedor se tomó como referencia el modelo planteado por González, González y Muñoz (2009), en el cual se analiza la orientación emprendedora de las empresas, desde tres dimensiones: la actitud proactiva, la actitud innovadora, y la disposición a asumir riesgo.

1.10.5 Análisis y tratamiento de la información

La tabulación y análisis de la información se realizará a través del software SPSS statistics, este es un sistema amplio y flexible de análisis estadístico y gestión de información, siendo su aplicación fundamental el estar orientado al análisis multivariante de datos experimentales.

Para facilitar la comprensión del análisis descriptivo, se tendrán en cuenta cuatro dimensiones de estudio:

- (1) Perfil de los empresarios
- (2) Características de sus empresas y actividad empresarial
- (3) Desempeño de sus empresas y
- (4) Orientación emprendedora de la población objeto de estudio

1.10.6 Línea de investigación de la propuesta

La línea de investigación por la cual pertenece el presente trabajo investigativo es la de Emprendimiento e Innovación. GRUPO: GRIAS.

2 CAPITULO II: CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA Y
DEMOGRÁFICA DE LOS EMPRENDEDORES

2.2 Perfil de los empresarios emprendedores

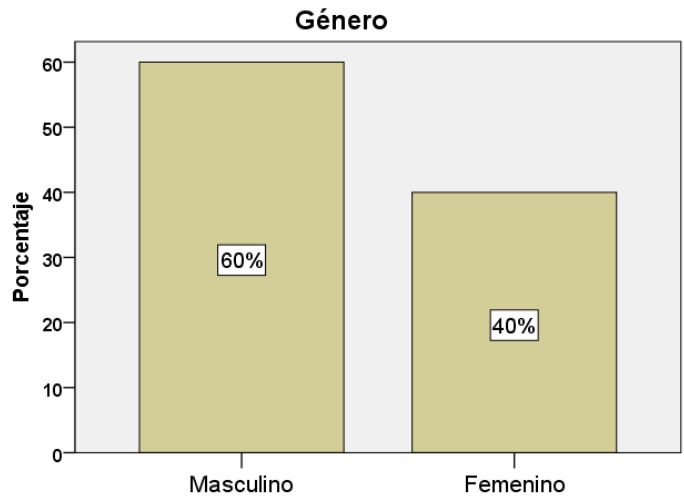


Figura 1. Distribución porcentual por género

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.

Distribución porcentual por género

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	60,0
Femenino	12	40,0
Total	30	100,0

Fuente: Elaboración propia

La encuesta fue contestada por 30 empresarios del sector turismo, el 60% hombres y el 40% mujeres, en total fueron 18 y 12 respectivamente, tal como se evidencia en la tabla 2

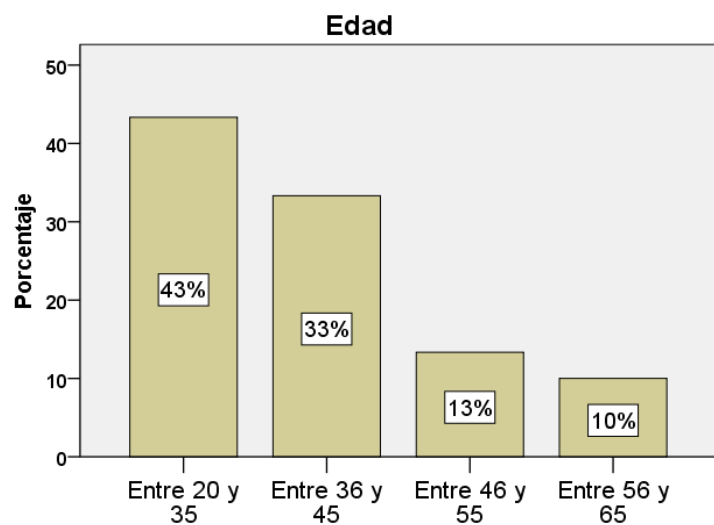


Figura 2. Distribución porcentual por edad

Fuente: elaboración propia

Tabla 3.

Distribución porcentual por edad

Valores de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Entre 20 y 35	13	43,3
Entre 36 y 45	10	33,3
Entre 46 y 55	4	13,3
Entre 56 y 65	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

En la tabla 3 se observa que una mayoría de emprendedores encuestados del sector turismo se encuentran en un rango de edad entre los 20 y los 35 años (43,3%), seguido por los que tienen entre 36 y 45 (33,3%), en menor proporción se ubican las edades comprendidas entre 46 y 55 (13,3%) y el menor grupo (10%) posee entre 56 y 65 años).

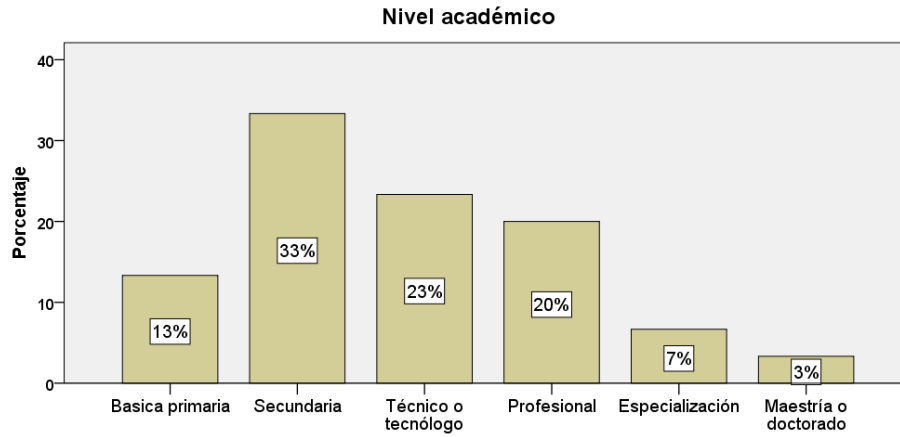


Figura 3. Distribución porcentual por nivel académico

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Distribución porcentual por nivel académico

Nivel académico	Frecuencia	Porcentaje
Básica primaria	4	13,3
Secundaria	10	33,3
Técnico o tecnólogo	7	23,3
Profesional	6	20,0
Especialización	2	6,7
Maestría o doctorado	1	3,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

En cuanto al nivel académico se evidenció que una mayoría correspondiente al 33% de los

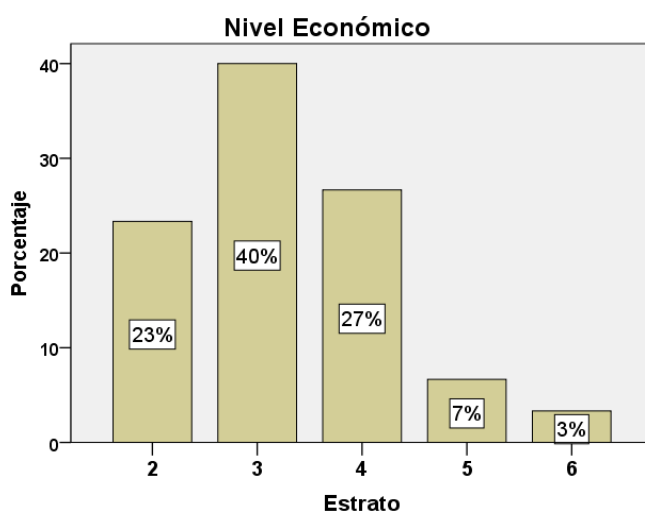


Figura 4. Distribución porcentual por nivel económico

Fuente: elaboración propia

empresarios encuestados pertenecientes al sector turismo, sólo realizaron estudios de secundaria, seguido por un 23,3% con estudios técnicos o tecnológicos y un 20% que se encuentra en nivel profesional, en menor proporción se observan emprendedores con estudios de básica primaria (13,3%), especialización (6,7%), maestría y doctorado (3,3%).

Tabla 5.
Distribución porcentual por nivel económico

Estrato	Frecuencia	Porcentaje
2	7	23,3
3	12	40,0
4	8	26,7
5	2	6,7
6	1	3,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

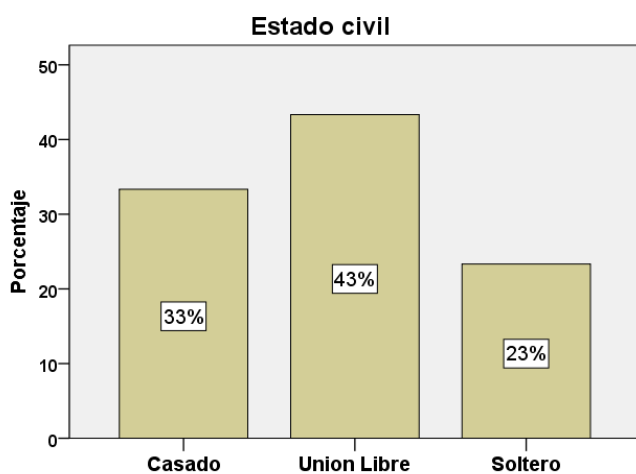


Figura 5. Distribución porcentual por estado civil

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la estratificación socio-económica, en la tabla 5 se puede apreciar que el 40% de los encuestados del sector turismo se ubican en el estrato 3; seguido por un 26,7% perteneciente al estrato 4; el 23,3% de estrato 2 y una minoría del 6,7% y 3,3% para los estratos 5 y 6 respectivamente.

Tabla 6.

Distribución porcentual por estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	10	33,3
Unión Libre	13	43,3
Soltero	7	23,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Respecto al estado civil, la tabla 6 muestra que el 43,3% de los empresarios del sector turismo se encuentran en unión libre, el 33,3% manifestaron estar casados y 23,3% restante son solteros.

CAPITULO III

3. Caracterización y Desempeño de las Empresas

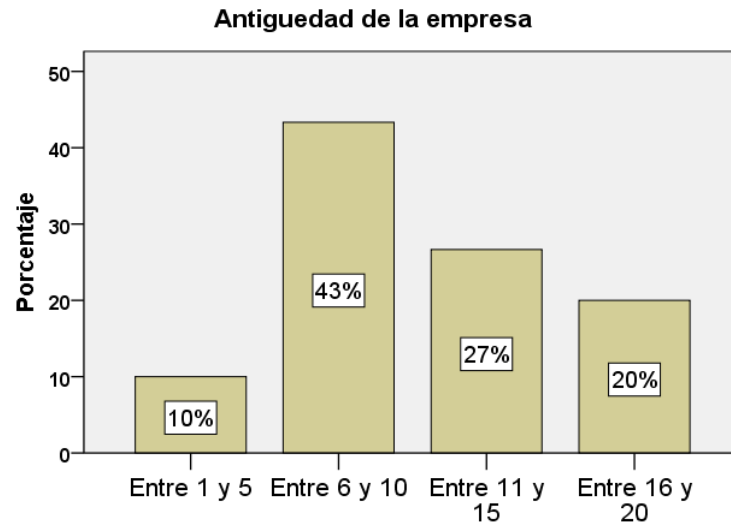


Figura 6. Tiempo de constitución de las empresas

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 7.
Tiempo de constitución de las empresas*

Tiempo (Años)	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 5	3	10,0
Entre 6 y 10	13	43,3
Entre 11 y 15	8	26,7
Entre 16 y 20	6	20,0
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la tabla 7, el 43,3% de las empresas que participaron en el estudio tienen una antigüedad de constitución de entre 6 y 10 años, seguido el 26,7% de empresas con una trayectoria entre 11 y 15 años, y un 20% las de 16 y 20 años, en menor proporción (20%) se encuentran las de mayor antigüedad (16 y 20 años).

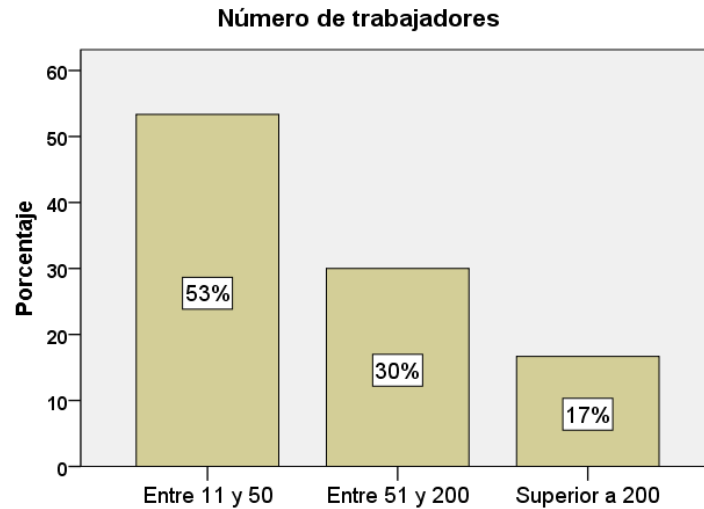


Figura 7. Número de trabajadores en las empresas

Fuente: elaboración propia

Tabla 8.

Número de trabajadores en las empresas

Número de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Entre 11 y 50	16	53,3
Entre 51 y 200	9	30,0
Superior a 200	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

El 53% de las empresas del sector turismo que participaron en la muestra, poseen una planta de personal de 11 a 50 trabajadores, el 30% entre 51 y 200 y el 17% tiene más de 200 empleados, como se puede observar en la tabla 8.

2.3 Desempeño de las empresas

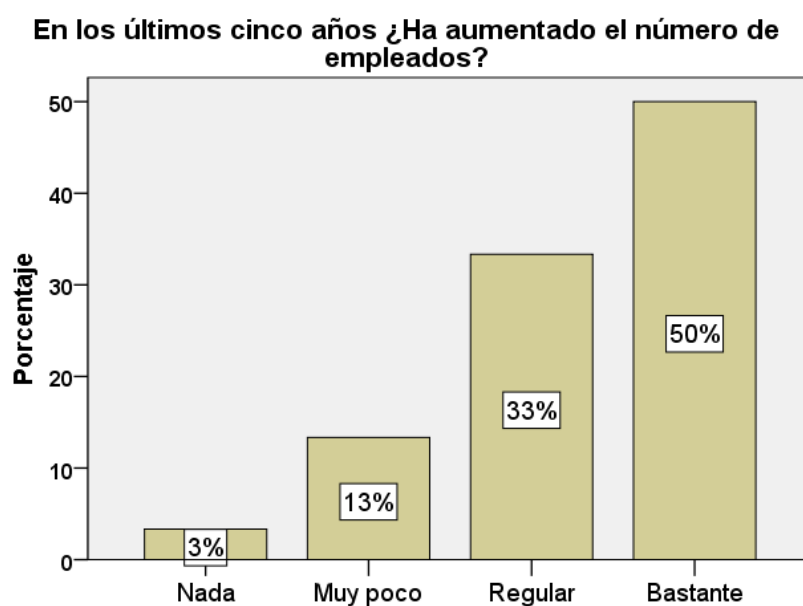


Figura 8. Crecimiento de la planta de personal

Fuente: elaboración propia

Tabla 9.

Crecimiento de la planta de personal

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	1	3,3
Muy poco	4	13,3
Regular	10	33,3
Bastante	15	50,0
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Respecto al crecimiento del recurso humano, el 50% de las empresas del sector turismo manifestaron que en los últimos 5 años ha aumentado bastante el número de empleados, el 33,3% afirma que el aumento ha sido regular y el 13,3% muy poco, solo el 3,3% equivalente a una empresa del sector turismo contesto que no ha aumentado en ninguna medida el número de trabajadores en los últimos años, como se observa en la tabla 9.

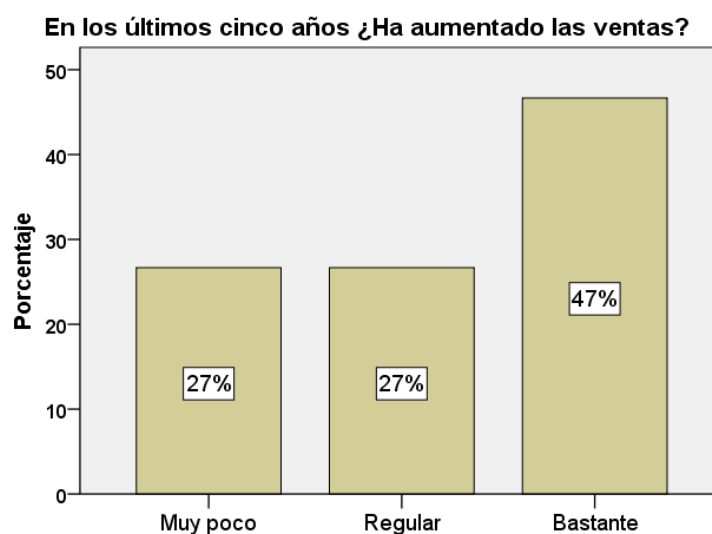


Figura 9. Crecimiento de las ventas en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 10.

Crecimiento de las ventas en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Muy poco	8	26,7
Regular	8	26,7
Bastante	14	46,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

En los últimos cinco años, el 46,7% de los empresarios del sector turismo consideran que las ventas de su empresa han aumentado bastante, el 26,7% dice que han aumentado de manera regular y otro 26,7% manifiesta que muy poco.

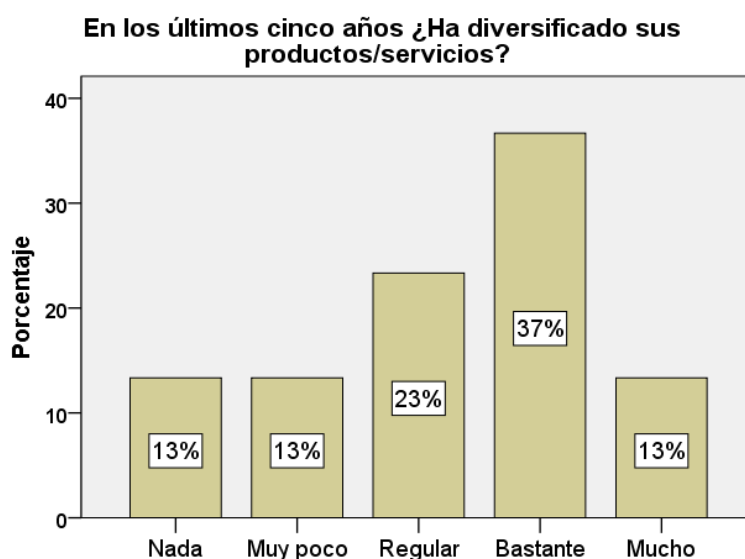


Figura 10. Diversificación de productos/servicios en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 11.

Diversificación de productos/servicios en los últimos cinco años

Valor de Referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	4	13,3
Muy poco	4	13,3
Regular	7	23,3
Bastante	11	36,7
Mucho	4	13,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Según los encuestados, la diversificación de los productos en los últimos cinco años ha sido bastante con el 36,7%, regular con el 23,3%, mucho 13,3%, muy poco 13,3% y nada 13,3%, como se muestra en la tabla 11.

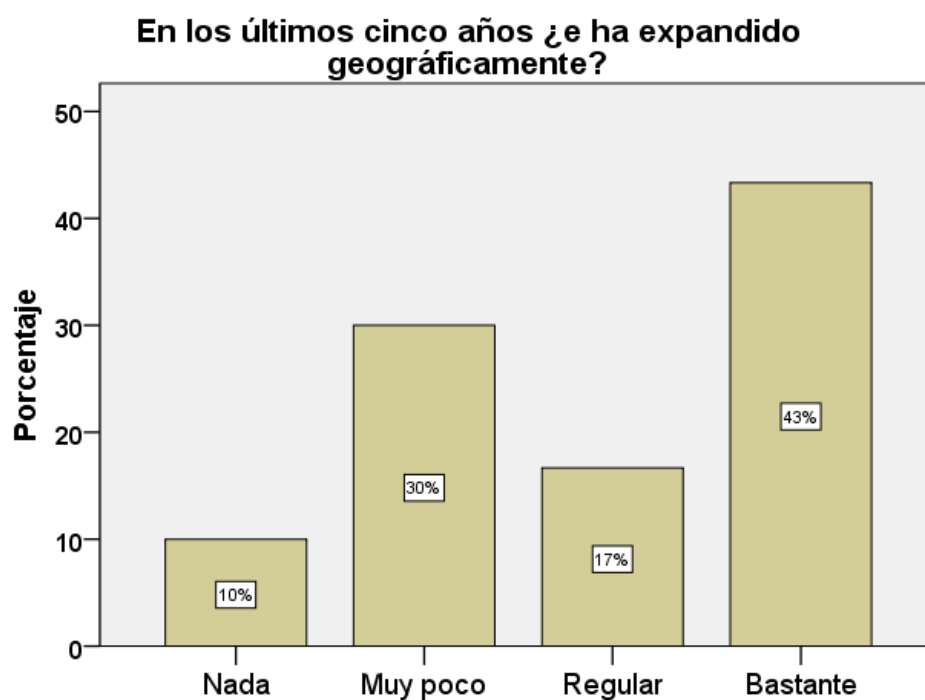


Figura 11. Expansión geográfica en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 12.

Expansión geográfica en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	3	10,0
Muy poco	9	30,0
Regular	5	16,7
Bastante	13	43,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

En la tabla 12, se observa que el 43,3% de las empresas encuestadas pertenecientes al sector turismo indican que han tenido bastante expansión geográfica en los últimos cinco años, el 30% muy poco 16,7% regular, y el 10% no ha tenido ninguna actividad de expansión.

En los últimos cinco años ¿Ha ampliado sus instalaciones?

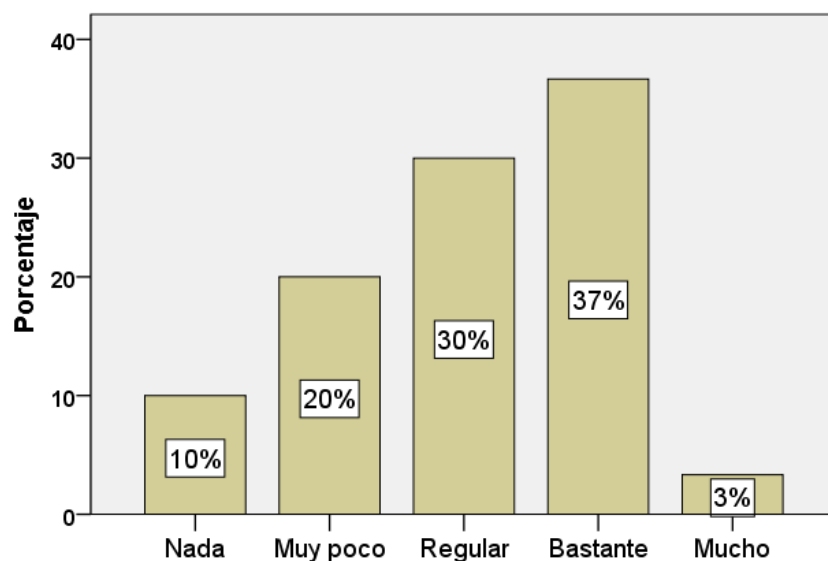


Figura 12. Ampliación de instalaciones en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 13.

Ampliación de instalaciones en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	3	10,0
Muy poco	6	20,0
Regular	9	30,0
Bastante	11	36,7
Mucho	1	3,3
Total	30	100,0

Nota : elaboración propia

De acuerdo con la tabla 13, el 36,7% de las empresas del sector turismo han presentado bastantes ampliaciones en su infraestructura física en los últimos cinco años, el 30% lo ha hecho de manera regular, el 20% muy poco y el 10% no ha presentado ninguna ampliación de sus instalaciones.

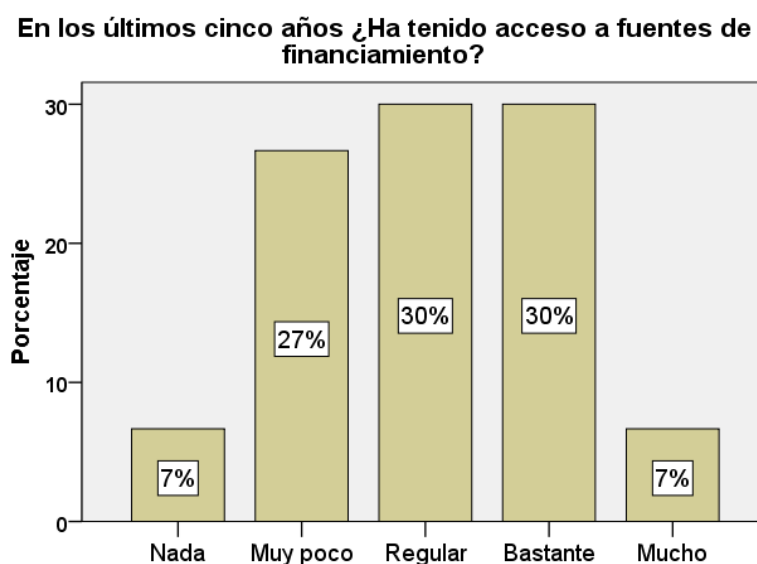


Figura 13. Acceso a fuentes de financiamiento en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 14.

Acceso a fuentes de financiamiento en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	2	6,7
Muy poco	8	26,7
Regular	9	30,0
Bastante	9	30,0
Mucho	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

El 30% de las empresas encuestadas del sector turismo señalan que en los últimos cinco años han tenido bastante acceso a fuentes de financiamiento, otro 30% manifiesta haber sido regular; el 26,7% muy poco y el 6,7% mucho y muy poco un 6,7%.

En los últimos cinco años ¿Ha realizado exportaciones?

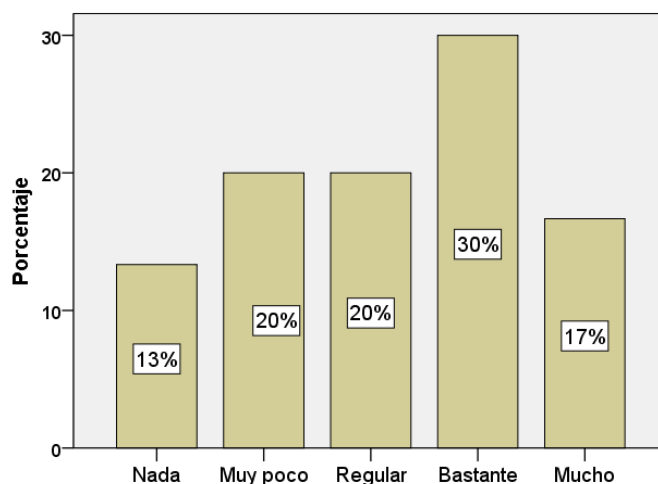


Figura 14. Exportaciones en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 15.

Exportaciones en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Muy poco	2	6,7
Regular	11	36,7
Bastante	16	53,3
Mucho	1	3,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las exportaciones, el 53,3% de las empresas del sector turismo manifiestan haber aumentado bastante dichas labores comerciales, el 36,7% regular, el 6,7% muy poco y el 3,3% mucho, como se evidencia en la tabla 15.

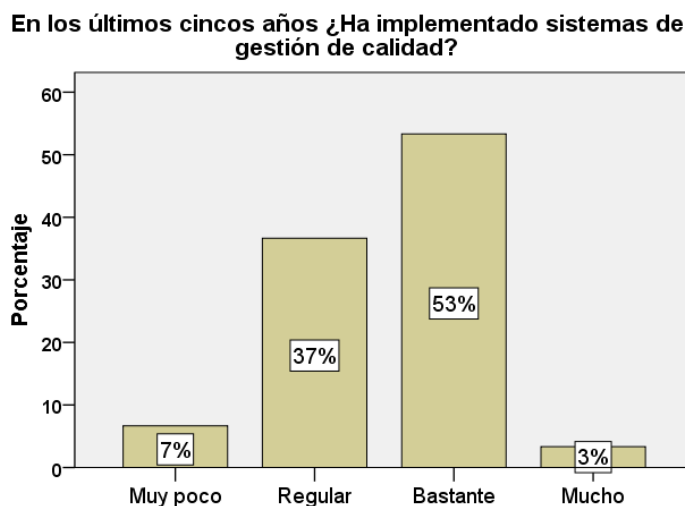


Figura 15.

Implementación de sistemas de gestión de calidad en los últimos cinco

Fuente: elaboración propia

Tabla 16.

Implementación de sistemas de gestión de calidad en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	4	13,3
Muy poco	6	20,0
Regular	6	20,0
Bastante	9	30,0
Mucho	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Respecto a la implementación de sistemas de calidad que permitan estandarizar sus procesos y garantizar una mejor prestación de servicios y productos, el 30% de las empresas del sector turismo manifestaron haber tenido bastantes avances en materia de certificación, un 20% regular, otro 20% muy poco, 16,7 mucho y 13,3% nada, como se visualiza en la tabla 16.

En los últimos cinco años ¿Ha incorporado a sus procesos nuevas tecnologías?

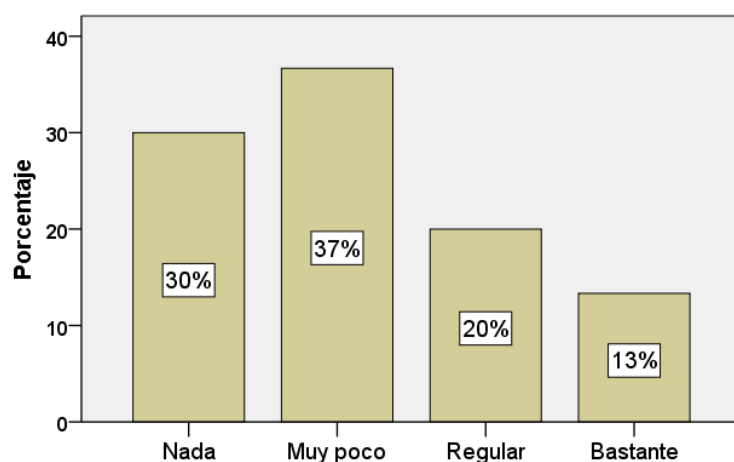


Figura 16. Incorporación de nuevas tecnologías a los procesos en los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

Tabla 17.

Incorporación de nuevas tecnologías a los procesos en los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Nada	9	30,0
Muy poco	11	36,7
Regular	6	20,0
Bastante	4	13,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla 17, la implementación de nuevas tecnologías se presentó muy poco en el 36,7% de las empresas encuestadas del sector turismo, en el 30% no se presentó, en el 20% de forma regular y una minoría del 13,3% manifestó haber incorporado a sus procesos nuevas tecnologías en los últimos cinco años.

CAPITULO IV

4. Orientación emprendedora de los empresarios y su

Relación con el desempeño de las empresas.

Entre estas capacidades ¿cuál considera usted que son las más importantes para comenzar una empresa?

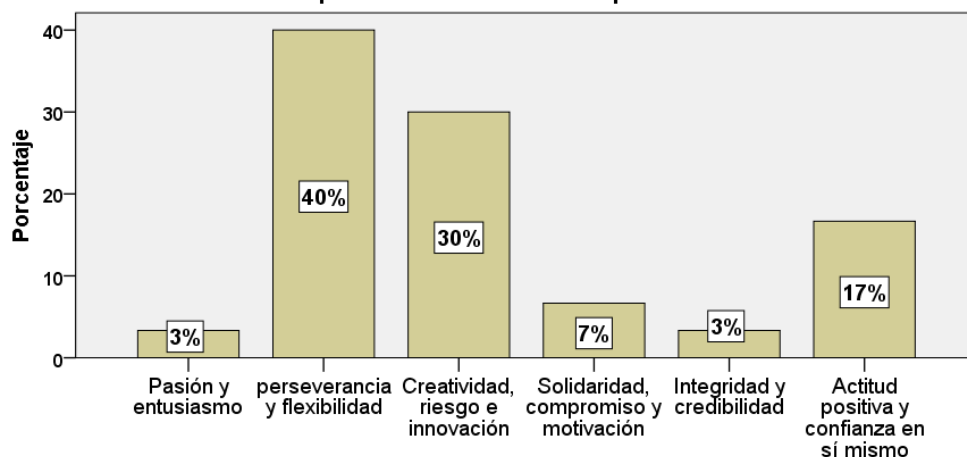


Figura 17. Capacidades emprendedoras

Fuente: elaboración propia

Tabla 18.

Capacidades emprendedoras

Capacidad emprendedora	Frecuencia	Porcentaje
Pasión y entusiasmo	1	3,3
perseverancia y flexibilidad	12	40,0
Creatividad, riesgo e innovación	9	30,0
Solidaridad, compromiso y motivación	2	6,7
Integridad y credibilidad	1	3,3
Actitud positiva y confianza en sí mismo	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

He puesto en marcha muchos productos/servicios nuevos en el mercado durante el últimos cinco años

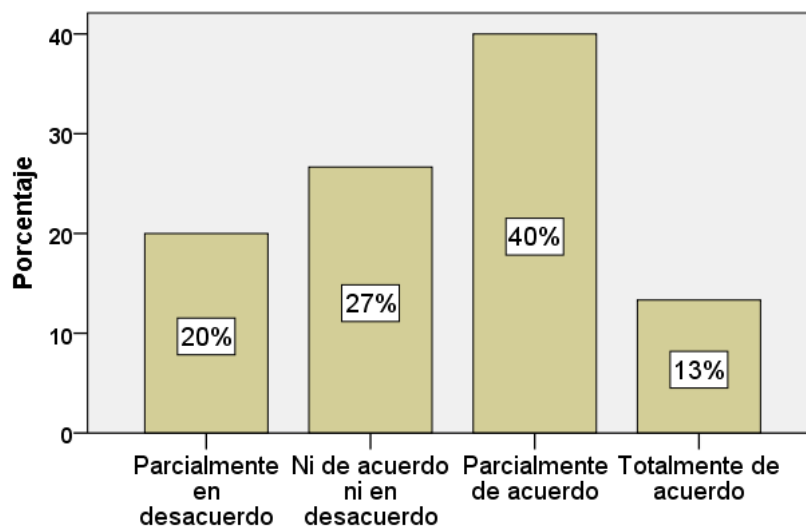


Figura 18. Puesta en marcha de productos/servicios nuevos en el mercado durante los últimos cinco años

Fuente: elaboración propia

El 40% de los empresarios encuestados pertenecientes al sector turismo consideran que las capacidades más importantes a tener en cuenta a la hora de iniciar un negocio son la perseverancia y la flexibilidad, el 30% asegura que son más importantes la creatividad, el riesgo y la innovación, el 16,7% la actitud positiva y confianza en sí mismo, una minoría del 6,7% consideran que son la solidaridad, el compromiso y la motivación y por último el 3,3% opina que la pasión y el entusiasmo son fundamentales.

Tabla 19.

Puesta en marcha de productos/servicios nuevos en el mercado durante los últimos cinco años

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente en desacuerdo	7	23,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	33,3
Parcialmente de acuerdo	11	36,7
Totalmente de acuerdo	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

El 40% de las empresas del sector turismo se muestran parcialmente de acuerdo en haber innovado en productos y servicios en los últimos cinco años, el 13,3 % están

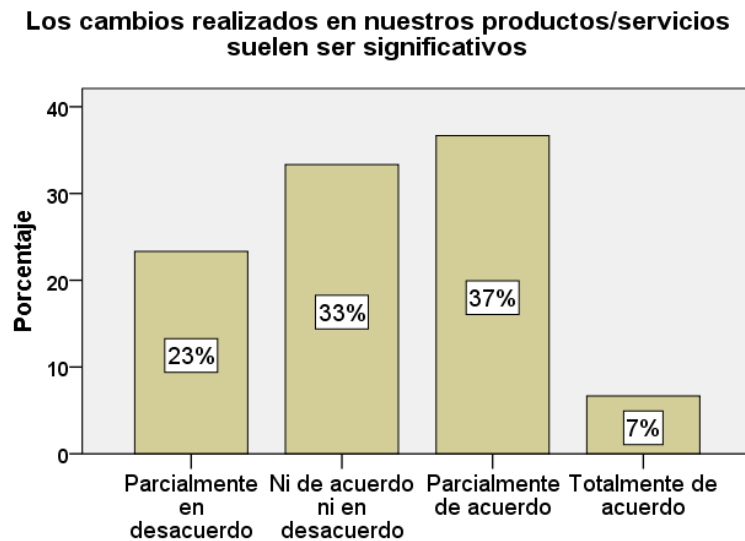


Figura 19.

Innovación en productos/servicios

Fuente elaboración propia

totalmente de acuerdo con esta afirmación, el 26,7% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 20% restante está parcialmente en desacuerdo, como se observa en la tabla 19.

Tabla 20. Innovación en productos/servicios

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente en desacuerdo	6	20,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	26,7
Parcialmente de acuerdo	12	40,0
Totalmente de acuerdo	4	13,3
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

El 36,7% de las empresas del sector turismo manifiestan tener una actitud parcialmente innovadora y con tendencia al riesgo al aplicar cambios significativos a sus productos, el 33,3% se muestra neutral, el 23,3% en desacuerdo y el 6,7% totalmente de acuerdo, como lo indica la tabla 20.

Por lo general, tomamos la iniciativa de desarrollar acciones innovadoras, antes que nuestros competidores

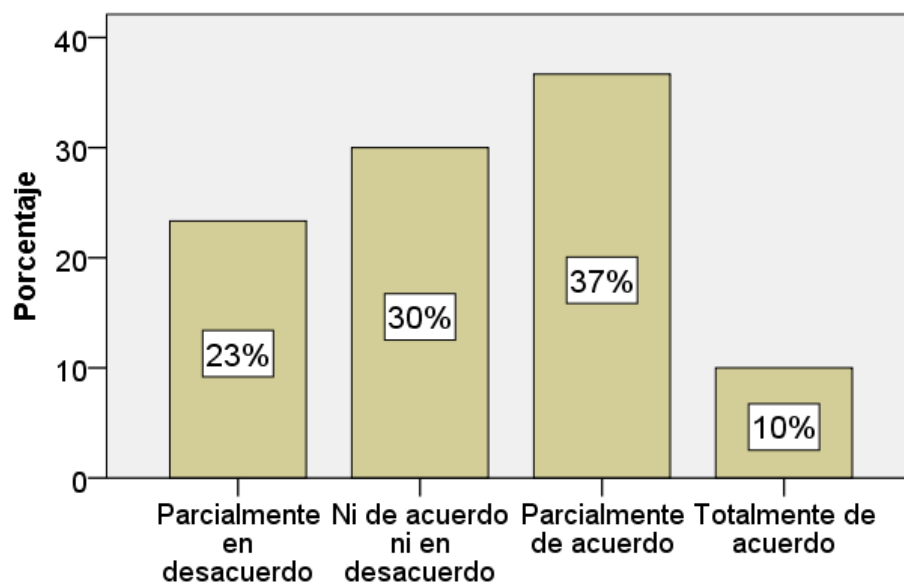


Figura 20. Iniciativa en acciones innovadoras

Fuente: elaboración propia

Tabla 21.

Iniciativa en acciones innovadoras

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente en desacuerdo	7	23,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	30,0
Parcialmente de acuerdo	11	36,7
Totalmente de acuerdo	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Respecto a la afirmación de optar una iniciativa innovadora frente a la competencia, el 10% está totalmente de acuerdo, el 36,7% se mostró parcialmente de acuerdo, el 30% neutral y el 23,3% en desacuerdo, como se evidencia en la tabla 21.

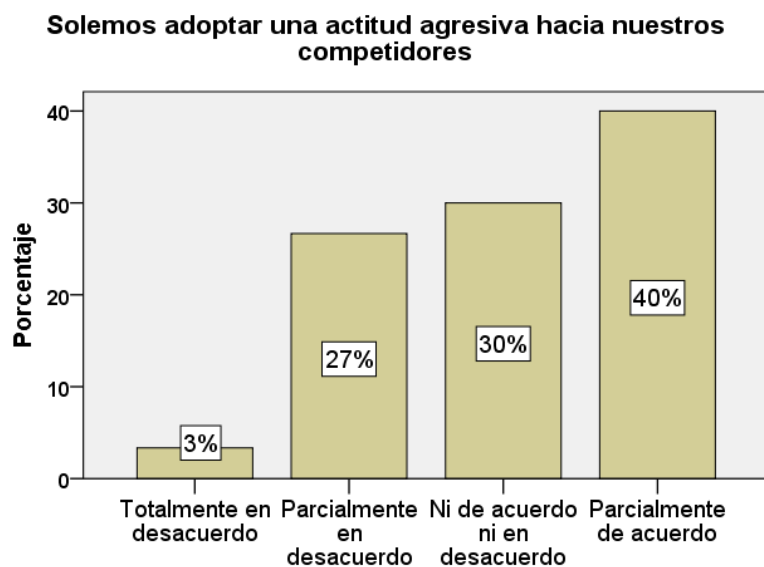


Figura 21. Actitud agresiva hacia competidores

Fuente: elaboración propia

Tabla 22.

Actitud agresiva hacia competidores

Valore de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3,3
Parcialmente en desacuerdo	8	26,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	30,0
Parcialmente de acuerdo	12	40,0
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Respecto a la expresión “solemos tener una actitud agresiva frente a nuestros competidores, el 40% de las empresas del sector turismo manifestó estar parcialmente de acuerdo, el 30% neutral, el 26,7% parcialmente de acuerdo y una minoría del 3,3% se encuentra en desacuerdo, como se puede observar en la tabla 22.

Somos propensos a llevar a cabo proyectos de riesgo cuando implican oportunidades rentables

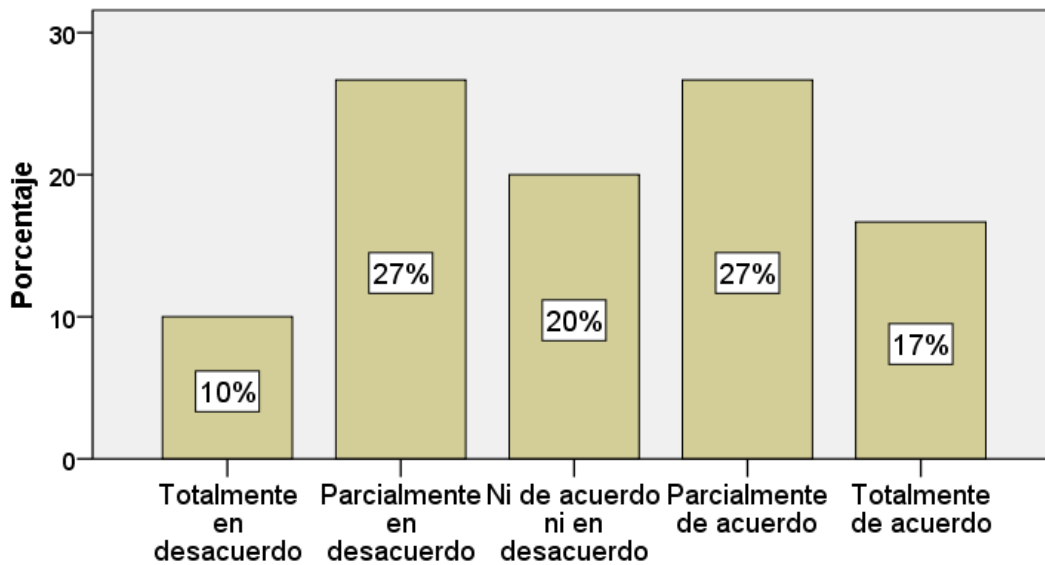


Figura 22. Capacidad de asumir riesgos frente a oportunidades rentables

Fuente: elaboración propia

Tabla 23.

Capacidad de asumir riesgos frente a oportunidades rentables

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	10,0
Parcialmente en desacuerdo	8	26,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20,0
Parcialmente de acuerdo	8	26,7
Totalmente de acuerdo	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

En cuanto a presentar una actitud arriesgada frente a nuevas oportunidades de negocio, el 16,7% sostiene estar totalmente de acuerdo, el 26,7% parcialmente de acuerdo, el 20% neutral, el 26,7% parcialmente en desacuerdo y el 10% en desacuerdo total. (Ver tabla 23)

Cuando la incertidumbre es alta, se adopta una valiente y agresiva actitud de explotar posibles oportunidades

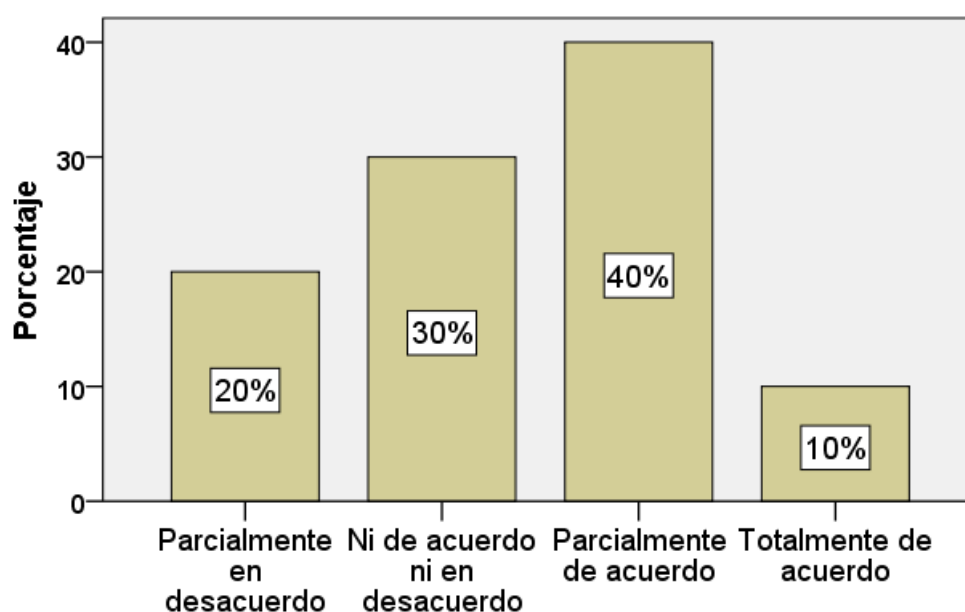


Figura 23. Actitud agresiva frente a incertidumbres

Fuente: elaboración propia

Tabla 24.

Actitud agresiva frente a incertidumbres

Valor de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente en desacuerdo	6	20,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	30,0
Parcialmente de acuerdo	12	40,0
Totalmente de acuerdo	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: elaboración propia

Continuando con la actitud de riesgo, el 10% de las empresas del sector turismo manifiestan estar de acuerdo en adoptar una actitud agresiva para explotar nuevas

oportunidades sin importar el grado de incertidumbre, el 40% está parcialmente de acuerdo, el 30% neutral y el 20% en desacuerdo parcial. (Ver tabla 24)

Tabla 25.

Relación Desempeño empresarial-Actitud emprendedora

		Cambios significativos en los productos/servicios		Iniciativa innovadora frente a la competencia		Actitud agresiva frente a la competencia	Aversión al riesgo		Proactividad	
		Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Aumento de recursos humanos	Nada			3,3%						
	Muy poco	3,3%			3,3%	6,7%	3,3%	3,3%		
	Regular	6,7%	6,7%	16,7%		13,3%	13,3%	3,3%	16,7%	3,3%
	Bastante	26,7%		16,7%	6,7%	20,0%	10,0%	10,0%	23,3%	6,7%
Aumento en las ventas	Muy poco	13,3%		10,0%	3,3%	6,7%	6,7%	3,3%	6,7%	6,7%
	Regular	6,7%	3,3%	13,3%		10,0%	10,0%	3,3%	10,0%	
	Bastante	16,7%	3,3%	13,3%	6,7%	23,3%	10,0%	10,0%	23,3%	3,3%
Diversificación de productos	Nada		3,3%	6,7%	3,3%	6,7%	3,3%	3,3%	10,0%	
	Muy poco	6,7%		10,0%		3,3%	3,3%		10,0%	
	Regular	6,7%	3,3%	10,0%	3,3%	6,7%		3,3%		3,3%
	Bastante	13,3%		10,0%	3,3%	16,7%	10,0%	6,7%	13,3%	6,7%
	Mucho	10,0%				6,7%	10,0%	3,3%	6,7%	
Expansión geográfica	Nada	6,7%		3,3%		3,3%			3,3%	3,3%
	Muy poco	10,0%	3,3%	10,0%	3,3%	20,0%	6,7%	3,3%	6,7%	6,7%
	Regular	3,3%		10,0%	3,3%		3,3%	3,3%	3,3%	
	Bastante	16,7%	3,3%	13,3%	3,3%	16,7%	16,7%	10,0%	26,7%	
	Nada	6,7%		3,3%		6,7%	6,7%	3,3%	6,7%	

Ampliación de instalaciones	Muy poco	3,3%		3,3%	3,3%	13,3%	3,3%		6,7%	6,7%
	Regular	10,0%	6,7%	16,7%	3,3%	6,7%	6,7%	3,3%	13,3%	3,3%
	Bastante	13,3%		10,0%	3,3%	13,3%	10,0%	10,0%	10,0%	
	Mucho	3,3%		3,3%					3,3%	
Exportaciones	Nada	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	6,7%	3,3%		13,3%	
	Muy poco	13,3%		6,7%		6,7%	6,7%	6,7%	6,7%	
	Regular	6,7%		10,0%	3,3%	6,7%	6,7%	3,3%	6,7%	
	Bastante	6,7%	3,3%	13,3%		10,0%	3,3%	3,3%	10,0%	3,3%
Nuevas tecnologías	Mucho	6,7%		3,3%	3,3%	10,0%	6,7%	3,3%	3,3%	6,7%
	Bastante	3,3%		10,0%		3,3%	3,3%	3,3%	6,7%	3,3%
	Nada	16,7%		10,0%		3,3%	3,3%	6,7%	6,7%	
	Muy poco	10,0%	3,3%	6,7%	6,7%	23,3%	13,3%	3,3%	20,0%	
	Regular	6,7%	3,3%	10,0%	3,3%	10,0%	6,7%	3,3%	6,7%	6,7%

Fuente: elaboración propia

En la tabla 25, se relacionan las medidas de desempeño empresarial y las de orientación emprendedora, con el objetivo de comprobar si los empresarios del sector turismo con una orientación más emprendedora son los que obtienen mejores resultados en sus negocios. Las casillas que están resaltadas en color gris indican los casos en que se evidencio una relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo empresarial.

En efecto, quienes mostraron tener una actitud proactiva, dispuesta a asumir riesgos y con una orientación a innovar, reflejan un mayor porcentaje en los medidores de desempeño con prevalencia en los ítems bastante y mucho en lo que respecta al aumento del recurso humano de la empresa, aumento en las ventas, diversificación de productos, expansión geográfica, y ampliación de instalaciones en los últimos cinco años.

5. Discusión

El perfil demográfico de la población estudiada corresponde a un 60% de hombres y un 40% de mujeres, esta situación refleja un gran avance en temas de igualdad de oportunidades entre ambos géneros, teniendo en cuenta que la ciudad de Barranquilla ha venido adelantando en los últimos diez años, una serie de estrategias encaminadas a aumentar el empoderamiento de las mujeres en los diferentes escenarios de la sociedad. En este sentido en agosto del 2013, por medio del Acuerdo No. 012, el Concejo municipal adoptó la Política Pública para las Mujeres y Equidad de Género en el Distrito de Barranquilla, en el marco del reconocimiento, garantía y restitución de los derechos de las mujeres de la ciudad.

Entre las edades de los emprendedores encuestados del sector turismo se evidenció una prevalencia del 43% en la población joven con un rango de edad entre 20 y 30 años y el nivel educativo que más sobresalió fue el de secundaria con un 33% de participación. Resultado similar al arrojado por el Global Entrepreneurship Monitor GEM (2012) en la Región caribe colombiana, donde se evidencia que, en Barranquilla, los empresarios establecidos se inician desde los 18 años, con poca formación y experiencia.

Por otro lado, se evidencia que la mayoría (43%) de las empresas encuestadas pertenecientes al sector turismo tiene una antigüedad entre los 6 y los 10 años, y una planta de personal que no supera los 50 empleados. Respecto a su rendimiento y desempeño general las empresas de este sector presentaron buenos niveles de crecimiento en lo que respecta al aumento de su planta de personal, ventas, instalaciones, exportaciones y expansión geográfica.

De acuerdo con (Vengoechea M. , 2015),

Barranquilla no solo registra una de las tasas de desempleo más bajas del país, sino que es una de las más dinámicas en materia empresarial en Colombia y posee niveles de pobreza por debajo del promedio nacional. A su vez, es una de las pocas ciudades que en los últimos trimestres registran un crecimiento económico promedio del 5%, según un análisis de BBVA Research.

En cuanto a la orientación emprendedora de los empresarios entrevistados del sector turismo, se logró evidenciar una actitud proactiva, dispuesta a asumir riesgos y a desarrollar productos y servicios innovadores. El 40% manifestó estar dispuesto a explorar nuevas oportunidades de negocio sin importar el nivel de incertidumbre, cerca del 27% prefiere innovar y proponer nuevas ideas en el mercado para ir un paso delante de sus competidores.

6. Conclusiones

Se puede concluir que, en la ciudad de Barranquilla, el desarrollo empresarial se encuentra relacionado con la actitud emprendedora de los empresarios. Quienes muestran una orientación positiva frente al riesgo, lo cual “se refiere a una disposición para apoyar proyectos con una probabilidad calculada de fallo”. (González, González, & Muñoz, 2009). De igual manera, se puede agregar que para ser un emprendedor con éxito se debe de tener una visión y misión clara de lo que se realizará y sobre todo iniciativa para comenzar el proyecto, asimismo, la experiencia es un factor para favorecer y lograr claramente los objetivos que tienen por cumplir.

De esta manera se evidenció que mientras más orientación emprendedora posea el empresario, mejor desempeño muestra su compañía. Por otro lado, se observa que Barranquilla se consolida a nivel nacional como una de las ciudades con mayor dinámica empresarial, así lo establece el informe “Región Caribe 2016-2017” del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), y se destaca que más del 80% de las nuevas empresas de la región, en 2016, fueron creadas por una oportunidad de mercado, lo que evidencia una adecuada orientación de la actividad emprendedora, y establece un ambiente favorable para los negocios y el crecimiento de las Pymes.

A pesar de que muchos factores socio culturales influyan en la orientación emprendedora, es importante desarrollar aptitudes como la innovación, la proactividad y la motivación para asumir riesgos la en otros empresarios y nuevos emprendedores con el fin de generar competencias como la capacidad de innovar, de asumir riesgos y ser proactivos, de esta manera se puede coadyuvar al crecimiento empresarial en la región.

7. Recomendaciones

Se recomienda indagar más acerca de los mejores métodos para el fomento de la orientación emprendedora, con el objetivo de generar propuestas de capacitación por medio de diferentes medios de divulgación.

Se sugiere implementar acciones innovadoras y de emprendimiento enfocadas en los productos, procesos, mercados y lo organizacional, para incentivar el turismo.

De igual manera se recomienda mejorar y manejar una estrecha relación entre producción y consumo o co-terminalidad de la producción y consumo de servicios, intangibilidad y contenido intensivo en información de los productos y procesos en servicios, para aumentar la competitividad.

Se sugiere realizar estudios enfocados a la orientación emprendedora para determinar la influencia de estos en el crecimiento empresarial de la ciudad de Barranquilla.

La presente investigación deja una brecha abierta para la ampliación del tema referente a la orientación emprendedora, entendida como un conjunto de cualidades y actitudes que debe tener un emprendedor, estas son la innovación, proactividad y la iniciativa para asumir riesgos.

8. Referencias

- Aguilera, M., Bernal, C., & Quintero, P. (2006). Turismo y Desarrollo en el Caribe Colombiano. (79), 4. Cartagena, Colombia: Centro de estudios economicos regionales (CEER). Obtenido de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-79.pdf
- Álvarez, A., Rego, G., Leira, J., Gomis, A., Caramés, R., & Andrade, M. (2008). Innovacion turistica: Perspectivas teoricas y objetos de estudio. *Ocio y turismo*. Obtenido de <http://revistas.udc.es/index.php/rotur/article/view/1224/300>
- Angela, M., Dioni Elche , & Pedro Garcia . (2012). HACIA UN MODELO TEÓRICO EXPLICATIVO DE LA INNOVACIÓN EN LOS DISTRITOS DE TURISMO CULTURAL. *Cuadernos de Turismo*(30), pp. 165-189.
- Audretsch, D., Carre, M., & Thurik, A. (2002). Does Entrepreneurship reduce unemployment. Obtenido de <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01074.pdf>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Belen, A., Lillo, A., Sevilla, M., & Rodriguez, J. (2007). EL CAPITAL HUMANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. (U. d. Murcia, Ed.) *Cuadernos de turismo*.
- Bilbao, A., & Pachano, S. (enero de 2002). Rasgos y actitudes de los emprendedores. *Informe Final del Proyecto Andino de Competitividad* . Venezuela: Corporación Andina de Fomento CAF. Obtenido de http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitud/es/rasgos_actitudes_venezuela_competitiva.pdf
- Camara de Comercio Barranquilla. (s.f). Escalando Empredimiento en Colombia. *La Voz de los Emprededores*. Barranquilla, Colombia. Obtenido de

https://www.innpulsacolombia.com/sites/default/files/la_voz_de_los_emprendedores.pdf

Cardona, R. (2015). ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA Y CAPACIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO EN LAS PYME: DE LA INTENCIÓN A LA ACCIÓN. *Universidad EAFIT*, 1-216. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8112/RaulArmando_Cardona_Montoya_2015.pdf?sequence=2

Congreso de la Republica. (27 de Marzo de 1971). Decreto 410. *Codigo Comercio*. Bogota, Colombia. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

Congreso de la republica. (21 de Febrero de 1991). *Constitucion Politica. Normatividad de Emprendimiento en Colombia*. Bogota, Colombia. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>

Congreso de la Republica. (26 de Enero de 2006). Ley 1014. *Fomento a la Cultura del Empredimiento*, Articulo 1. Bogota, Colombia. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>

Congreso de la Republica. (26 de Enero de 2006). Ley 1014. *Fomento a la Cultura del Emprendimiento*. Barranquilla, Colombia. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>

Congreso de la Republica. (17 de Julio de 2008). Ley 1231. *por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones*. Bogota, Colombia. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=31593>

Consejeria de Economia y Hacienda. (s.f). *Gestion del Riesgo*. 1-6. Madrid, España. Obtenido de [http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/2GestiondeRiesgos\(AR\)_es.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/metodologia/2GestiondeRiesgos(AR)_es.pdf)

- Corchero, M. (1999). LA EMPRESA TURISTICA: CONCEPTO, CLASES Y ORDENACION JURIDICO-ADMINISTRATIVA.
- Cox, O. (1972). El Capitalismo como sistema. 65 - 68. Madrid: Fundamentos.
- Drucker, P. (1985). La Innovación y el empresario innovador. 25-26; 35-44. Edhasa.
- Educativa.edu. (sf). Concepto de Empresa y Empresario. Obtenido de http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//2750/2764/html/12_concepto_de_empresa_y_empresaio.html
- Eerde, V., & Thierry, H. (1996). Expectancy Models and Work Related Criteria: A Meta - Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 575-586.
- Espectador, E. (10 de Septiembre de 2013). Barranquilla con Mar y rio una gran sociedad. *El Espectador* , pág. 1.
- Garcia, F. (Octubre de 2012). Concepto sobre Innovacion. 1-57. Bogota, Colombia. Obtenido de http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Gatewood, E., Shaver, K., Powers, J., & Gartner. (2002). Entrepreneurial expectancy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 187-206.
- GEM. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor - Región Caribe de Colombia* . Barranquilla: Universidad del Norte. Obtenido de http://guayacan.uninorte.edu.co/publicaciones/ebook/gemcolombia_regioncaribe/files/ebook%20gem%20caribe%202011-2012.pdf
- Gómez, H., & Mitchell, D. (2014). *innovación y emprendimiento en colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018*. FEDESARROLLO. Obtenido de http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2014/04/debate_pres_2014_cuad50.pdf
- González, O., González, J., & Muñoz, P. (Enero de 2009). Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success. . *European Journal of Marketing*(43), 500-522.

- González, O., González, J., & Muñoz, P. (enero de 2009). Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success. *European Journal of Marketing*, 43, 500-522.
- Heraldo, E. (Agosto 15/2016). *El Heraldito*.
- Hernández, R. (Enero-Junio de 2015). Boletín de coyuntura económica de Barranquilla. *Fundesarrollo para La Cámara de Comercio de Barranquilla*, 1-26. Obtenido de <http://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2015/09/Boletin-Economico-de-Barranquilla-I-Semestre-2015-sep-28.pdf>
- Jacob, M., & Aguílo, E. (2008). La innovación en el sector turístico: el caso de Baleares. *Ocio y Turismo*, 1. Obtenido de <http://revistas.udc.es/index.php/rotur/article/view/1225/302>
- Lopez, A. (Agosto de 2010). La Pro actividad Empresarial como Elemento de Competitividad. (U. A. México, Ed.) *Ra Ximhai*, 6(2), 305. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/461/46115146011.pdf>
- Mendez, C. (2011). Metodología de la investigación. *Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*, 4. Mexico. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/324262554/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-CARLOS-MENDEZ-1-pdf>
- Ministro de Industria, Energía. (2015). Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo futuro.
- Miralles, M. (mayo de 2013). Factores que influyen en el éxito empresarial: Recursos humanos, estrategia, diseño organizativo y entorno. *Tesis de grado*. Bellaterra, Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2013/108429/TFG_mmirallesconsuegra.pdf
- Morroquin, L., & Triana, M. (2011). El turismo como Factor de Competitividad en el Desarrollo del Municipio de la Dorada. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/313/1/trabajo%20de%20grado.pdf>

Norte, U. d. (s.f.).
<http://eventos.uninorte.edu.co/index.php/biredial/index/pages/view/barranquilla>.

PROYECTO DE ACUERDO. (mayo de 2008). *or medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Social, Económico y de Obras*.

Quintero, P. (Noviembre de 2006). Turismo y desarrollo en el Caribe Colombiano. (B. d. República, Ed.) *Documentos de trabajo sobre economica Regional*.

Rasheed, H. (2000). Developing Entrepreneurial Potencial in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation. Obtenido de <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/063.pdf>.

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*(26). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>

Rodríguez, A. (Abril de 2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestion*(26), 3. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>

Rodriguez, J. (2016). *Análisis del potencial turístico de Barranquilla en el contexto de Ciudad Puerto*. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE.

Rodríguez, R. M. ((2015). LA AGENDA DE INVESTIGACIÓN DEL TURISMO MEDIANTE EL ANÁLISIS CUANTITATIVO DE REDES SOCIALES (QSNA). *Cuadernos de Turismo*(36).

Sanchez, L. (sf). Definicion de Empresa y su Clasificacion. Obtenido de http://www.academia.edu/7535000/DEFINICION_DE_EMPRESA_Y_SU_CLASIFICACION

Secretaria de Cultura, p. y. (s.f.). ESPECIAL BARRANQUILLA. *REVISTA EASYFLY*.

Secretaria de Estado de turismo. (s.f.). *Turismo*. Gobierno de España.

Stevenson, H. (2000). Why the entrepreneurship has won! Obtenido de www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf

- Trespalacios, J., Vázquez, R., & Bello, L. (2005). *Investigación de Mercados*. International Thomson Editores.
- Turismo, M. d. (s.f.). <http://www.inviertaencolombia.com.co/informacion-regional/barranquilla.html>.
- UCA. (sf). Proactividad. *Universidad de Cadiz*. Obtenido de http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=164:proactividad&catid=55:competencias
- Vengoechea, M. (junio de 24 de 2015). *¿Qué explica el avance económico de Barranquilla?* Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/regiones/articulo/razones-explican-avance-economico-barranquilla-2015/209849>
- Vengoechea, M. (24 de Junio de 2015). Avances Economicos de Barranquilla. Barranquilla, Colombia: Camara de Comercio de Barranquilla. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/regiones/articulo/razones-explican-avance-economico-barranquilla-2015/209849>
- Ventura-Dias, V. (Septiembre de 2011). El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México. *Serie Comercio y Crecimiento Inclusivo*. Obtenido de <http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2011/08676.pdf>
- Villa, S. (2010). LAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN EL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA. *Universidad libre, 14*. Obtenido de <http://www.unilibrebaq.edu.co/ojsinvestigacion/index.php/advocatus/article/view/127/121>
- Villa, S. V. (2010). LAS PRÁCTICAS MERCANTILES EN EL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA. (U. L. Barranquilla, Ed.) *Advocatus* (Nº 14).
- Zevallos, E. (Junio de 2012). El Modelo de Desarrollo Empresarial. 5. Costa Rica, Salvador y Nicaragua. Obtenido de <http://www.fod.ac.cr/avanza/images/documentos/Modelo-de-Desarrollo-Empresarial.pdf>

ANEXOS**Anexo 1. Cuestionario para Empresarios**

El siguiente cuestionario tiene como determinar la relación que existe entre la orientación emprendedora y el desarrollo empresarial de las empresas del sector turismo de Barranquilla, su desempeño empresarial y el desarrollo económico de la ciudad en los últimos cinco años. Marque con una X la casilla que se relacione mejor con usted. Le agradecemos contestar de manera transparente y sincera. Esta información no se utilizará para fines distintos a la investigación que se llevará a cabo. Favor no dejar preguntas sin responder.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1. Nombre de la empresa_____

2. Antigüedad de la empresa (años): entre 1y5_____Entre 6 y 10 _____Entre 11 y 15Entre 16 y 20_____más de 20 años_____

3. ¿Actualmente a cuánto asciende el número de trabajadores de su empresa?

() Menos de 10 trabajadores

() Entre 11 y 50 trabajadores

() Entre 51 y 200 trabajadores

() Superior a 200 trabajadores

A continuación, por favor asigne una calificación a las siguientes preguntas, siendo (1) nada, (2) muy poco, (3) regular, (4) bastante y (5) mucho

Durante los últimos 5 años, la empresa:	1	2	3	4	5
1. ¿Ha aumentado el número de empleados?					
2. ¿Ha aumentado las ventas?					
3. ¿Ha diversificado sus productos/servicios?					
4. ¿Se ha expandido geográficamente?					
5. ¿Ha ampliado sus instalaciones?					
6. ¿Ha tenido acceso a fuentes de financiamiento?					
7. ¿Ha implementado sistemas de gestión de calidad?					
8. ¿Ha realizado exportaciones?					
9. ¿Ha incorporado a sus procesos nuevas tecnologías?					

PERFIL DEL EMPRENDEDOR O GERENTE

4. **Género:** Masculino () Femenino ()

5. **Edad (años):** Entre 20 y 35 _____ Entre 36 y 45 _____

Entre 46 y 55 _____ Entre 56 y 65 _____ Mayor a 65 _____

6. **¿Cuál es su nivel de formación académica?**

___ Básica.

___ Media.

___ Secundaria.

___ Técnico o tecnólogo.

7. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 5 |
| <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 6 |
| <input type="checkbox"/> 3 | |
| <input type="checkbox"/> 4 | |

8. ¿Cuál es su estado civil?

- ☐ Casado
- ☐ Soltero
- ☐ Otro

9. Entre estas capacidades cuál considera usted que son las más importantes para comenzar una empresa (señale cuatro)

- ☐ Pasión y entusiasmo
- ☐ Perseverancia flexibilidad
- ☐ Creatividad, innovación riesgo
- ☐ Solidaridad, compromiso y motivación
- ☐ Integridad, credibilidad
- ☐ Actitud positiva confianza en sí mismo

10. A continuación por favor asigne una calificación a las siguientes preguntas, siendo:

- 1: Totalmente en desacuerdo 2:
Parcialmente en desacuerdo
3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4:
Parcialmente de acuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Nota: Recuerde que debe dar respuesta a todas las preguntas planteadas, marcando una de las 5 casillas de respuesta que se proponen.

PERFIL DEL EMPRESARIO EMPRENDEDOR	1	2	3	4	5
1. He puesto en marcha muchos productos/servicios nuevos en el mercado durante el últimos cinco años					
2. Los cambios realizados en nuestros productos/servicios suelen ser significativos					
3. Por lo general, tomamos la iniciativa de desarrollar acciones innovadoras, antes que nuestros competidores					
4. Solemos adoptar una actitud agresiva hacia nuestros competidores					
5. Somos propensos a llevar a cabo proyectos de riesgo cuando implican oportunidades rentables					
6. Cuando la incertidumbre es alta, se adopta una valiente y agresiva actitud de explotar posibles oportunidades					